

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Ajakirjandus ja kommunikatsioon

Kaisa Pärna

**Ülikooliväliste organisatsioonide kaasamine kommunikatsiooniõppesse
kogemuspõhise õppe kontekstis**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Tiiu Taur, MA

Tartu 2017

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. TÖÖ TEOREETILISED JA EMPIIRILISED ALUSED	6
1.1. Kommunikatsiooni professionaalsed praktikad	6
1.1.1. Kommunikatsiooni mõiste ja tähendus.....	6
1.1.2. Kommunikatsiooni roll organisatsioonis.....	8
1.1.3. Kommunikatsioonipraktiku ülesanded organisatsioonis	9
1.2. Kogemuspõhine õpe kõrgharidussüsteemis.....	11
1.2.1. Kogemuspõhisus maailma kommunikatsiooniõppes	11
1.2.2. Kogemuspõhisus Eesti kõrghariduses	13
1.2.3. Kogemuspõhisus õppeaines „Praktiline suhtekorraldus“	14
2. EESMÄRK JA UURIMISKÜSIMUSED	17
3. METOODIKA	19
3.1. Valim	19
3.2. Andmekogumine.....	21
3.3. Andmeanalüüs	23
3.4. Piirangud	24
4. TULEMUSED	27
4.1. Kogemuspõhise projekti eesmärk	27
4.1.1. Õppejõudude ja tudengite motiivid	27
4.1.2. Ülikooliväliste organisatsioonide motiivid.....	31
4.2. Ülikooliväliste organisatsioonide valiku- ja kaasamisprotsess.....	33
4.2.1. Fundamentaalsed ootused koostööpartneritele.....	34
4.2.2. Ülikooliväliste koostööpartnerite leidmine ja nendega kontakteerumine	37
4.3. Kogemuspõhise projekti sisu ja ülesehitus	40
4.3.1. Kogemuspõhine projekt õppeaine kontekstis	40
4.3.2. Kokkulepped kogemuspõhise projekti sisus.....	43
4.3.3. Kokkulepped kogemuspõhise projekti reeglites.....	46
5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON.....	49

5.1. Kogemuspõhine õpe kommunikatsioonimaastikul	49
5.2. Ülikooliväliste organisatsioonide valiku- ja kaasamisprotsess.....	51
5.3. Kogemuspõhise projekti sisu ja ülesehitus	52
5.4. Autori soovitusel.....	54
5.5. Meetodi kriitika.....	58
KOKKUVÕTE	60
<i>Summary</i>	62
KIRJANDUSE LOETELU.....	64
LISAD	67
Lisa 1: Küsitluskava õppeaine vastutavatele õppejõududele	67
Lisa 2: Küsitluskava tudengite fookusgrupile	68
Lisa 3: Küsitluskava ülikoolivälistele organisatsioonidele	68
Lisa 4: Transkriptsioon intervjuust õppejõududega	70
Lisa 5: Transkriptsioon intervjuust tudengitega	88
Lisa 6: Transkriptsioon intervjuust ORG1-ga	117
Lisa 7: Transkriptsioon intervjuust ORG2-ga	134

SISSEJUHATUS

2016/17. õppeaasta sügissemestril kaitsesin seminaritöö, mille raames uurisin iduettevõtete kommunikatsioonipraktikaid ja –vajadusi kahe Tartus tegutseva organisatsiooni näitel, et luua soodne pinnas uurimaks ajakirjanduse ja kommunikatsiooni bakalaureuseastme tudengite ja idufirmade vahelisi koostöövõimalusi rohkem sügavuti. Kahe uuritud iduettevõtte kommunikatsioon ei olnud nende esindajate hinnangul strateegiline ja mõlema juhtumi kommunikatsioonipraktikaid analüüsides joonistusid välja mitmed kommunikatsioonialased vajadused, millest osa puudutasid kommunikatsiooni strateegilist planeerimist ja osa viitasid puudustele igapäevases kommunikatsioonis. Seejuures nägid mõlema iduettevõtte esindajad üliõpilaste kaasamises organisatsioonide töösse head võimalust ettevõtte kommunikatsiooni parendamiseks.

2016/17. õppeaasta sügissemestril osalesid ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala teise kursuse tudengid ja mõned teiste erialade üliõpilased aga õppeaines nimega „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171), mille raames katsetati toona esmakordselt kogemuspõhist õpet reaalseid organisatsioone kaasava projekti näol. Projekti käigus pidid tudengitest moodustunud meeskonnad leidma ülikoolivälised organisatsioonid, kellega koos astuda semestri vältel vastu neid kimbutavatele kommunikatsioonialastele väljakutsetele. Selgus, et tudengitele see meeldis – hinnangud õppeainele paranesid sel semestril tähelepanuväärselt. Kuna ülikooliväliste koostööpartnerite kaasamine osutus ka õppejõudude meelest edukaks, otsustati sellise koostöövormi arendamisega jätkata.

Kahel eelmainitud projektil oli aga üks suur ühisosa: soov luua Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni erialal õppivatele kommunikatsioonile spetsialiseerunud tudengitele veel paremad võimalused sujuvaks sisenemiseks tööturule. Kuna õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) vastutav õppejõud Tiiu Taur oli ühtlasi minu seminaritöö juhendaja, otsustasime kaks asja omavahel ühendada.

Nii sai minu bakalaureusetöö eesmärgiks välja selgitada, kuidas oleks kogemuspõhise õppe kontekstis võimalik ülikoolivälised organisatsioonid kommunikatsiooniõppesse kaasata viisil,

millest võidaks nii tudeng, ülikool kui ka ülikooliväline koostööpartner, ning töötada selle pinnalt välja soovitud, mida oleks õppejõududel võimalik eelseisvaid kursusi, eeskätt eelmainitud õppeainet edasi arendades rakendada.

Töö sisuline osa jaguneb viieks suuremaks peatükiks. Esimeses peatükis annan ülevaate kommunikatsiooni rollist ja kommunikatsioonipraktiku tööst organisatsioonis, jagan kogemuspõhiste õppemeetodite kasutamise praktikaid teiste riikide kommunikatsiooniõppes ning toon välja 2016/17. õppeaastal kursusel osalenud tudengite tagasiside õppeainele „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171). Teises ja kolmandas peatükis käsitlen uuringu eesmärgi ning valimi, meetodi, andmete kogumise ja analüüsiga seonduvat. Töö neljandas peatükis võtan aga kokku bakalaureusetöö raames läbi viidud intervjuude olulisemad tulemused, mida näitlikustan kõnekamate tsitaatidega. Viies peatükk on pühendatud järeldustele ning diskussioonile, millele lisaks esitan soovitud ja uurimismeetodi kriitika. Lisadena on välja toodud ka intervjuude küsitluskavad ning kõikide intervjuude transkriptsioonid.

Täna oma juhendajat Tiiu Tauri, kes oli mulle bakalaureusetöö valmimise juures asjatundlike märkuste ja motiveerivate sõnadega väga suureks abiks ning jagas minuga lahkelt informatsiooni tööga seotud õppeaine kohta. Ühtlasi tänan Maria Murumaa-Mengelit ja kõiki teisi intervjuueeritavaid, kes andsid minu töö empiirilisele osale oma kogemust jagades olulise panuse.

1. TÖÖ TEOREETILISED JA EMPIIRILISED ALUSED

Üliõpilaste kaasamise eelduseks organisatsioonide kommunikatsioonialastesse tegevustesse on toimiv koostöö tudengi, organisatsiooni ning ülikooli vahel. Selleks, et teada, mida toimiv koostöö sellises kontekstis tähendab, toon töö teoreetilises osas välja olulisemad nüansid kommunikatsioonijuhtimise praktikast, vajadusest kogemuspõhise õppe järele kommunikatsioonimaastikul ning selle kasutuspraktikatest nii meil kui ka mujal.

1.1. Kommunikatsiooni professionaalsed praktikad

Uurimaks ülikooliväliste organisatsioonide võimalusi kaasata oma kommunikatsioonialastesse tegevustesse valdkonnale spetsialiseerunud üliõpilasi, on esmajoones oluline lahti mõtestada kommunikatsiooni tähendus ja roll organisatsioonis ning kaardistada tegevused, mis võiksid oma loomult kuuluda kommunikatsioonijuhtimise valdkonda ja seega ka organisatsioonis kommunikatsiooni eest vastutava indiviidi või tiimi tööülesannete hulka.

1.1.1. Kommunikatsiooni mõiste ja tähendus

Käsitlen oma töös kommunikatsiooni erinevate autorite leidudele tuginedes mitmetahulise nähtusena, mida võib leida igast toimivast organisatsioonist, sest vaatamata sellele, et kommunikatsioon kui uurimisvaldkond hakkas pead tõstma möödunud sajandi keskpaigas, ei ole tänase päevani jõutud ühtse universaalse termini ja definitsioonini, mis kogu valdkonna ning selle erinevad vormid ammendavalt kataks.

Kommunikatsiooni ja suhtekorralduse tähenduste paljususele, nende pidevale muutumisele ja täiustumisele viitavad mitmed valdkonnas tuntud teoreetikud ja praktikud nii Eestis kui ka mujal. Hästi ilmestab ammendava definitsiooni otsinguid ka maailma suurim suhtekorraldajate erialaliit Public Relations Society of America (PRSA), kes korraldas mõned aastad tagasi suhtekorralduse mõiste moderniseerimiskonkursi (About..., 2017). Konkursi tulemusena leiti, et „suhtekorraldus on strateegiline kommunikatsiooniprotsess, mis loob kahepoolset kasulikku suhteid organisatsiooni ja selle avalike osapoolte vahel“ (About..., 2017). Ehkki antud definitsioon keerleb selgelt suhtekorralduse mõiste ümber, kirjutan

käesolevas töös suhtekorralduse asemel läbivalt hoopis kommunikatsioonist ja kommunikatsioonijuhtimisest (*communication management*). Seejuures on oluline tähele panna, et ükski eelmainitud termin ei ole iseenesest vale.

Näiteks suhtekorralduse mõiste on vaatamata ülemaailmsele trendile minna üle kommunikatsioonile ka täna Eestis laialt levinud. Tallinna Ülikoolis õpetatakse tänaseni suhtekorraldust, meie suurim erialaliit kannab endiselt nime Eesti Suhtekorraldajate Liit ning Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni bakalaureuseõppe tudengitele loeti tänaseni igal aastal „Praktilise suhtekorralduse“ õppeainet. Hamburg (2016) selgitab trendi sellega, et pärast 20. aastat oleks aeg loobuda eelmise sajandi lõpukümnendist pärit mõistest ning asendada see mõnevõrra üldisemaga. Selle peamiseks põhjuseks on Hamburgi (2016) sõnul eksitav tähendusvarjund – kommunikatsioonitöötaja ei tegele igapäevaselt mitte suhete, vaid siiski sõnumite koostamise ja kommunikatsiooni, teabe loomise ning edastamisega. Kuna suhtekorralduse mõiste võeti kasutusele juba ajal, mil see alles eraldiseisva valdkonnana pead hakkas tõstma, kannab see endas ka suhteliselt tugevat ja tihti negatiivset tähendusvarjundit.

Tähendusi, mida suhtekorralduse mõiste endas kannab, on korduvalt uuritud just massimeedia kontekstis – näiteks trükiväljaannetes ja televisioonis. New York Times'i kajastustele tuginedes läbi viidud uuringu tulemusena selgus, et 20. sajandi alguses ei tehtud erilist vahet nendel suhtekorraldajatel, kes otsisid avalikkuse tähelepanu pelgalt tähelepanu saamiseks, ja suhtekorraldajatel, kes otsisid oma klientide ning ajakirjanike ühishuve, pakkudes seejuures täpset ja tõepärast informatsiooni (Zoch, Supa ja VanTuyll, 2014: 723). Ehkki mitmed tänased teoreetikud ja praktikud väidavad, et suhtekorralduse maineprobleem on tekkinud alles nüüd, leidsid Zoch jt (2014: 723), et juba esimestes portreeringutes kujutati suhtekorraldajaid kui uhkelt riides tähelepanuhimulisi ebakompetentseid või noori inimesi, kes flirtimise kaasabil oma klientide soove täitsid. Näiteks Ames (2010: 169), kes uuris suhtekorraldustöö kujutamist filmides, leidis, et seda kujutatakse täna võrreldes möödunud sajandi lõpukümnendiga oluliselt realistlikuma ja üllamana. Töö ei ole enam nii salapärase – ülesandeid kujutatakse detailsemalt, mitmekesisema, väljakutsuvama ning austusväärsemana (Ames, 2010: 168). Mis kõige tähtsam: töö ei seisne vaid suhete korraldamises, millele Hamburg (2016) populaarse mõiste tähendusvarjundeid selgitades viitas.

Sestap kasutan võimaluse korral ka käesolevas töös just värskeimat – kommunikatsiooni – mõistet. Sisuliselt lähtun aga PRSA selgitusest, mille alusel on suhtekorraldus strateegiline

kommunikatsiooniprotsess, mis loob kahepoolset kasulikku suhteid organisatsiooni ja selle avalike osapoolte vahel.

1.1.2. Kommunikatsiooni roll organisatsioonis

Kommunikatsioon peaks iga organisatsiooni jaoks olema valdkond, millele läheneda strateegiliselt: kommunikatsioonivoogu tuleks alati ise suunata, sest vastasel juhul täidab selle voo informatsiooniga keegi teine, ja suhted, olgu need head või halvad või mittemidagiütlevad, tekivad niikuinii (Saksakulm Tampere, 2005: 20). Sisuliselt on suhtekorraldus aga Saksakulm Tampere (2005: 20) kohaselt kommunikatsiooniprotsess ja selle tulemusel tekkivad, kujunevad või teadlikult loodud suhted. Eeltoodud PRSA (2017) definitsioon ütleb sisuliselt seda sama, ent täpsustab, et tegemist on strateegilise protsessi ning kahepoolset kasulike suhete loomisega organisatsiooni ja just selle avalike osapoolte vahel. Kuna hiljem on tekkinud muljeid ja suhtumist juba väga raske ümber kujundada, tuleks kommunikatsioon organisatsioonis toimuvasse kaasata nii vara kui võimalik (Saksakulm Tampere, 2005: 20). Üldjuhul teevad suuremad organisatsioonid seda kas *in-house* kommunikatsiooni eest vastutava inimese värbamise, mõne teenust pakkuva agentuuri kaasamise või kahe eelneva ühendamise näol.

Ehkki kommunikatsioonipraktikute tööd seostatakse tihti just organisatsiooniväliste suhete haldamisega, on töö paljude autorite kohaselt suuresti seotud ka sisemistele huvirühmadele suunatud kommunikatsiooniga. Nimelt peavad kommunikatsioonipraktikud tegelema enne väliste kommunikatsiooniplaanide väljaarendamist ja käikulaskmist just keeruliste sisemisi huvirühmi puudutavate protsessidega (Cardwell, Williams ja Pyle, 2017: 154). Näiteks Pipaş ja Sîrbu (2016: 66) leiavadki, et sise- ja väliskommunikatsiooni ei saa üksteisest eristada. Nende kohaselt on sisekommunikatsioon osa dünaamilisest mainekujundusest ja väliskommunikatsioonist, sest organisatsiooni kuvand väliste osapoolte silmis sõltub just sisemiste osapoolte tegevusest (Pipaş ja Sîrbu, 2016: 66). Seda, et sisekommunikatsioon on osa suuremast tervikust, mis on kooskõlas väliskommunikatsiooni ja mainekujundusega, pean silmas ka enda edasises töös.

Kuna sisemistele osapooltele suunatud kommunikatsioon puudutab ettevõtte vundamenti ehk inimesi, kellela organisatsioon ei toimiks ja kes kannavad edasi brändi väärtusi, tuleb strateegilist sisekommunikatsiooni võtta kui sammu ettevõtte laiemate eesmärkide

saavutamise suunas (Stegăroiu ja Talal, 2014: 69). Sisekommunikatsiooni tuleks suhtuda kui organisatsiooni kokkuhoidvasse liimi, milleta koosneks see eraldiseisvatest indiviididest, kes kõik üksinda oma ülesannete kallal nokitsevad (Stegăroiu ja Talal, 2014: 69). Seejuures tuleks sisemiste protsesside planeerimisega alustada nii vara kui võimalik, sest nii on kõige lihtsam teatud praktikaid organisatsioonikultuuri integreerida (Saini ja Plowman, 2008: 225). Planeerimisel tuleks arvestada erinevate faktoritega, mis sellele mõju avaldavad (Pipaş ja Sîrbu, 2016): informatsiooni liikumise hierarhia, erinevused töötajate ja juhtide arusaamades, reeglistik, kommunikatsioonikanalid ja jätkuva kommunikatsiooni olemasolu. Lisaks räägitakse sisekommunikatsiooni puhul juhi võimekusest teatavad protsessid liikuma panna (Men, 2014: 280) ja töötajate motiveerimisest (Saini ja Plowman, 2008: 227), mille toimimine toetab organisatsiooni poolt seatud suuremate eesmärkide saavutamist (Jacobs, Yu ja Chavez, 2015: 60) ning on seega oluliseks aluseks edukale väliskommunikatsioonile.

Seega on kommunikatsiooni näol tegemist strateegilist lähenemist vajava nähtusena, mis tuleks organisatsiooni tegevustesse kaasata nii vara kui võimalik. Seejuures tuleks strateegilist kommunikatsiooni rakendada nii välimisi kui ka sisemisi osapooli silmas pidades, sest üks ei saa teiseta.

1.1.3. Kommunikatsioonipraktiku ülesanded organisatsioonis

Ehkki maailmas on üsna levinud kommunikatsioonipraktikute rolli mõtestamise juures nende lihtsustatud eristamine juhi ning tehniku rollideks, millest esimene viitab pikemaajaliste strateegiliste otsuste ja teine igapäevaste kiiremate küsimuste lahendamisele, ei kata see tegelikku ülesannete spektrit (Johansson ja Larsson, 2015). Kommunikatsioonipraktiku töö on kompleksne ja mitmekülgne, kuna tegeleda tuleb väga laia ülesannete spektriga, mis hõlmab lisaks klassikalistele kommunikatsioonitegevustele endas ka teenindava, toetava ja nõuandva rolli täitmist (Johansson ja Larsson, 2015). Johansson ja Larsson (2015) viisid Rootsis läbi uuringu, mille tulemusena seadsid kommunikatsioonipraktiku erinevad rollid viiest dimensioonist kuuluvale kaardile:

- **jälgija** (*monitor*) ja **mõõtja** (*evaluator*), kes kannab juhtimisvastutust ning peab organiseerima, jälgima ja kontrollima organisatsiooni kommunikatsiooni nii sisemiselt kui ka väliselt;

- **probleemijuhtimise ekspert** (*issues management expert*), kelle ülesanne on tuvastada probleeme, tegeleda organisatsioonile ohtu kujutavate sisemiste ja väliste sündmuste lahendamisega ning jälgida organisatsioonile mõju avaldavaid sisemisi ja väliseid trende;
- **strateegiline nõuandja** (*key policy and strategy advisor*), kes esindab organisatsiooni ning teeb tihedat koostööd juhtkonnaga, kellega strateegilised kommunikatsioonialased eesmärgid kooskõlastatakse ja keda erinevate otsuste langetamisel nõustab;
- **huvirühmade ekspert** (*stakeholder expert*), kes nõustab juhtkonda erinevate huvirühmadega seotud küsimustes, tegeleb nende probleemidega ja osaleb läbirääkimistel;
- **kommunikatsioonijuht** (*communication manager*), kes tegeleb eeskätt igapäevaste jooksvate väljakutsetega nagu näiteks osakondade kommunikatsioonialase nõustamisega.

Seega näeme, et kommunikatsioonipraktik tegeleb selle kõige laiemas tähenduses organisatsioonis nii jälgimise ja mõõtmise, probleemide lahendamise, sisemiste osapoolte nõustamise kui ka kõiksuguste eriilmeliste jooksvate ülesannetega.

Just sellisele laiale ülesannete spektrile viitas oma bakalaureusetöös ka Mari Vanatoa (2010), kes uuris kommunikatsioonimagistrite rolli, positsiooni ja töö sisu organisatsioonis. Nii leidis ta, et olulisel kohal on meediasuhtlus, eeskätt pressiteadete kirjutamine, ning mitmed korraldamist, koordineerimist ja ühtlustamist hõlmavad ülesanded, mille hulgas näiteks pressiürituste ja meelelahutuslike ürituste korraldamine, toodete lansseerimisprojektid ning reklaamtegevuste koordineerimine (Vanatoa, 2010). Samuti tegelevad kommunikatsioonimagistrandid oma töös kommunikatsioonistrateegiate koostamisega, koolitustegevuste, meediaalase nõustamise, reklaambrošüüride ja infovoldikute koostamise, sisekommunikatsiooni, tagasiside kogumise, omakanalite haldamise, pideva suhtlemise, kommunikatsioonieelarve koostamise ning arvamusartiklite kirjutamisega (Vanatoa, 2010).

Niisiis on kommunikatsioonipraktiku rolli ja ülesandeid organisatsioonis üsna keeruline ammendavalt kirjeldada. See näitab aga, et ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala üliõpilased peavadki olema valmis kõiksugusteks erinevateks tööalasteks väljakutseteks ning arusaadaval põhjusel polegi kolmeaastase ülikooliõppe puhul võimalik kogu potentsiaalset

ülesannete spektrit tudengitele põhjalikult tutvustada. Samas on Schoenberger-Orgad ja Spiller (2014) kohaselt ülikoolidel, kus väärtustatakse analüütilist kriitilist mõtlemist, võimekus koolitada välja kommunikatsioonipraktikuid, kel on oskus mõelda kriitiliselt, arutleda ja läheneda kõigile ettevõtmistele konstruktiivselt. Nii-öelda kutseõppe kõrval arutelu ja kaastudengite tagasisidestamise kaudu kriitilist mõtlemist arendades annab ülikool tulevastele praktikutele suutlikkuse läheneda loominguliselt kõigi küsimuste lahendamisele, mis ühiskonda ja 21. sajandi organisatsioone kimbutavad (Schoenberger-Orgad ja Spiller, 2014).

Ilmneb, et kommunikatsioonipraktiku ülesannete spekter võib olla väga lai ning ülikoolis kõiki ülesandeid, millega tudengid tulevikus kokku puutuvad, pole võimalik katta. Küll aga võiks tulevaste kommunikatsioonipraktikute väljakoolitamisel konkreetsete kutseoskuste õpetamise kõrval arendada ka nende kriitilist meelt, mis annab neile võimekuse vastu astuda ka sellistele erialastele probleemidele, mida ülikoolis eraldi ei käsitleta.

1.2. Kogemuspõhine õpe kõrgharidussüsteemis

Eelmises alapeatükis analüüsisin kommunikatsiooni rolli ja selle eest vastutava indiviidi või indiviidide rolli organisatsioonides, mille täitmise eelduseks on mitmesugused teadmised ning praktilised oskused, mille kujundab Plateni (2015) kohaselt just erialane kõrgharidus. Antud alapeatükis keskendun just praktiliste oskuste arendamisele ehk annan ülevaate kogemuspõhise õppemeetodi rakendamisest kommunikatsiooniõppes nii meil kui ka mujal.

1.2.1. Kogemuspõhisus maailma kommunikatsiooniõppes

Erialases kirjanduses kasutatakse aktiivse ja kõrge osalusega õppe (Hawtrey, 2007: 144) kirjeldamiseks sageli mõistet „kogemuspõhine õpe“ (*experiential learning*), mille juures on tähtis isiklik seotus – olgu see siis kontseptsioonide sidumine tõsieluliste situatsioonide või kaaslaste õpetamisega (Hawtrey, 2007: 145). Kogemuspõhises õppes on õppimine justkui praktilise, isikliku ja läbimõeldud kogemuse tulemus (Hawtrey, 2007: 145).

Sellest lähtusid ka Benecke ja Bezuidenhout (2011), kes leidsid, et kogemuspõhine õpe on oluline osa ka kommunikatsiooniharidusest ning uurisid Lõuna-Aafrika kontekstis ka selle reaalselt rakendamist. Selgus, et kogemuspõhine õpe aitab kaasa mitmete kommunikatsioonipraktikute tarvilike võtmeoskuste väljakujunemisele ning ka üldiselt

üliõpilastel ümbritsevat sotsiaalset konteksti mõista, mis selles töös tähtsal kohal (Benecke ja Bezuidenhout, 2011). Kogemuspõhise õppe võimalikeks väljunditeks on praktilised ülesanded, kogemuspõhised harjutused ning simulatsioonid (Benecke ja Bezuidenhout, 2011). Esimeste all peavad nad silmas mõne õppejõu poolt antud praktilise probleemi analüüsimist, kogemuspõhise ülesande all aga mõne sündmuse organiseerimist või mõne ülikooliga seotud väljaande tegevuses kaasalöömist, ning simulatsiooni all mõne teoreetilise kontseptsiooni või probleemipüstituse läbimängimist (Benecke ja Bezuidenhout, 2011). Lisaks eelmainitule osutavad Benecke ja Bezuidenhout (2011) kogemuspõhistest õppemeetoditest rääkides grupiaruteludele, töötubadele, seminaridele, väljasõitudele ning koostööle valdkonna praktikutega.

Kogemuspõhise õppe efektiivsus ise sõltub aga ennekõike sellest, kas seda on võimalik praktiliselt teostada. Peamiste piirangutena nimetasid uuringus osalenud inimesed suure kursusel osalejate arvu, nii rahalised kui ka tööjõudu puudutavad piirangud ning vähese institutsiooni poolse toe (Benecke ja Bezuidenhout, 2011). Nimistut täiendati veel tudengite vähese kogemuse ja teoreetilise teadmisega esimestel ülikooliaastatel (Benecke ja Bezuidenhout, 2011). Samas ilmnes uuringu tulemusena, et praktikud mõistavad kogemuspõhise õppe olulisust hästi ning on selle kommunikatsiooniõppesse lülitanud, kuid see täidab seal pigem lisafunktsiooni kui põhjapaneva lähenemise rolli (Benecke ja Bezuidenhout, 2011). Seega idee kogemuspõhise õppe kasutamise rakendamisest on küll iseenesest hea, kuid seotud taksituste tõttu alati mitte nii lihtsalt rakendatav kui näib.

Teisalt on kogemuspõhiste õppemeetodite kasutamisest kommunikatsiooniõppe kontekstis ka üdini positiivseid näiteid. Näiteks kaasati ühes Ameerika Ühendriikide ülikoolis kommunikatsiooniõppesse koostööpartnerina sama ülikooli kommunikatsiooniosakond ning koostöö osutus ülimalt edukaks (Childers ja Levenshus, 2016). Tudengid pidid kahe erineva kursuse raames töötama välja teaduspõhise traditsioonilise ja digitaalmeedia kampaania, mille eesmärk oli ülikoolilinnaku mainet parandada (Childers ja Levenshus, 2016). Ülikooli kommunikatsiooniosakond aitas omalt poolt sellega, et töötas välja kirjaliku ülevaate senistest projektidest, jagas tudengitega brändiraamatut, relevantseid uuringutulemusi, analüüsitehnikaid ja määras üheselt mõistetava sisendi jaoks ära ka sihtrühmad (Childers ja Levenshus, 2016). Ehkki kõik toimus ülikooli kontekstis ja tudengid said kommunikatsiooniüksuselt üsna konkreetse sisendi, jäid nad tehtuga väga rahule, sest said

koolitöö reaalse maailmaga ühendada ning osakonnale reaalselt väärtust luua (Childers ja Levenshus, 2016). Kuigi sisuliselt oli tegemist ülikoolisise projektiga, on sellel mitmeid ühiseid jooni ülikooliväliste organisatsioonide kaasamisega kommunikatsiooniõppesse.

Ülikooliväliste organisatsioonide kaasamine kogemuspõhise õppe kontekstis kommunikatsiooniõppesse on juurdunud näiteks mitmetes Ameerika Ühendriikide ülikoolides, kus tegutsevad tudengite poolt moodustatud kommunikatsiooniagentuurid. Nimelt seisneb paljudes sealsetes ülikoolides kogemuspõhine kommunikatsiooniõpe üliõpilaste poolt loodavates kommunikatsiooniagentuurides, mis annavad neile võimaluse oma kommunikatsioonialased teadmised turvalises, kuid elulähedases keskkonnas proovile panna (Maben ja Whitson, 2013). Maben ja Whitson (2013) leidsid, et enamik seesuguseid agentuure on kõigile tudengitele kandideerimiseks avatud ning palka neile seal tehtud töö eest ei maksta. Muidu on justkui tegemist klassikaliste agentuuridega, kus on paigas selge struktuur, ametinimetused ja tööalased rollid (Maben ja Whitson, 2013). Ehkki enamikel agentuuridel on olemas ka ülikoolipoolsed nõustajad, tegelevad strateegiliste küsimuste lahendamise ja peavad klientidega läbirääkimisi iseseisvalt (Maben ja Whitson, 2013).

Kogemuspõhine õpe on üsna lai mõiste, millele on tihti kommunikatsioonialast ülikooliharidust käsitlevates uuringutes viidatud. Vaatamata mitmetele ülikooli kontekstist tulenevatele piirangutele on kogemuspõhisele õppele leitud erinevaid edukaid väljundeid alates erialapraktikute ja reaalsete organisatsioonide kaasamisest konkreetsetesse õppeainetesse lõpetades kommunikatsioonitudengitest moodustunud agentuuride loomisega.

1.2.2. Kogemuspõhisus Eesti kõrghariduses

Eesti kommunikatsioonialast haridust kogemuspõhise õppe kontekstis minule teadaolevalt tänaseks uuritud ei ole. Küll aga on uuritud üliõpilaste töötamise fenomeni kõrghariduses, mis on otseselt seotud sooviga ülikoolist saadud teadmisi praktikas proovile panna ning seeläbi enda positsiooni tööturul parandada.

Üliõpilaste töötamise fenomeni käsitlev Eestis läbi viidud uuring on antud töös relevantne, sest sotsiaalteadused, mille alla kuulub ka ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala, oli üks kolmest õppevaldkonnast, kus on kõige suurem töötavate üliõpilaste arv (Mägi, Aidla, Reino, Jaakson ja Kirss, 2011: 59). Uuringu tulemusena ilmnes, et üliõpilased on seisukohal, et juba ainuüksi õpingute kõrvalt töötamine tõstab nende konkurentsivõimet tööturul ehk annab neile

peale ülikooli paremad väljavaated sobiva töö leidmiseks ja ametiredelil tõusmiseks (Mägi jt, 2011: 18). Teisisõnu loob ülikooli kõrvalt töötamine teatava turvatunde, mis ei ole vastupidiselt tööandjate ja õppejõudude arvamusele seotud majandusliku toimetuleku, vaid sooviga omandada iseseisvus ja teatud tasemele vastav elustandard (Mägi jt, 2011: 59). Üliõpilaste endi sõnul tuleneb see omakorda aga tööandjate ootustest, kes eelistavad nende meelest alati töökogemusega inimest praktilise kogemusega inimesele (Mägi jt, 2011). Niisiis on üliõpilaste töötamise fenomenis roll nii tudengitel kui ka tööandjatel.

Lisaks eeltoodule ei vasta Mägi jt (2011: 18) kohaselt õppe kvaliteet ja õppekorraldus tudengite ootustele ja arenguvajadustele – eriti olevat tudengite meelest ajale jalgu jäänud kasutusel olevad õppemeetodid. Sellest tulenevalt lisati uuringule ka mõningad soovitusel, millest üks keskendus just praktika edendamisele ja erialase töökogemuse integreerimisega õppesse (Mägi jt, 2011: 60). Soovitus märkis, et „praktiline roll tuleks õppekavade valguses üle vaadata, määratledes täpsemalt selle sisu ja eesmärgid, samuti ka ülikooli suurema vastutuse praktika korraldamise juures ning praktika tulemuste reflekteerimise võimaluse loomine õppejõudude poolt õppetöö käigus“ (Mägi jt, 2011: 60). Seejuures oli öeldud, et praktika näol peaks tegemist olema võimalusega omandada erialast töökogemust, mis omab väärtust ka ülikooli lõpetanu tööturule sisenemisel (Mägi jt, 2011: 59). Teisisõnu tuleks selleks, et ülikooli lõpetanu suudaks toime tulla erialaste reaaleluliste situatsioonidega, arvestada õppekavade planeerimisel ka tööturu vajadustega.

Uuringu autorite soovitus praktika edendamisele ja erialase töökogemuse integreerimisele õppesse on seega otseselt seotud ülikooliväliseid organisatsioone ja praktikuid puudutavate kogemuspõhiste meetodite rakendamise ja arendamise vajalikkusega.

1.2.3. Kogemuspõhisus õppeaines „Praktiline suhtekorraldus“

Tartu Ülikoolis peaerialana kommunikatsiooni õppivate tudengite peamiseks praktilisteks väljunditeks on kõigile kohustuslik kommunikatsiooniassistendi praktika (Tartu Ülikooli õppeinfosüsteem, 2017) ning juba eelpool mainitud õppeaine nimega „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171), mille arendamisega aktiivselt tegeletakse. Kusjuures alates 2017/18. õppeaastast kannab sama õppeaine, just nii nagu soovitab ka Hamburg (2016), nime „Kommunikatsioonijuhtimise alused ja praktikad“ (SVUH.03.005). Selguse huvides kasutan käesolevas töös, kus keskendun tuleviku asemel juba kogetule, läbivalt õppeaine senist nime.

„Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) on ajakirjanduse ja kommunikatsiooni 3-aastase bakalaureuseõppe 2. aasta tudengitele suunatud õppeaine, mille eesmärk on „anda üliõpilastele taustteadmised ning praktilised oskused suhtekorraldus- ja kommunikatsiooni valdkonnas tegutsemiseks ja aluspõhi valdkonnas enese edasi arendamiseks“ (Tartu Ülikooli õppeinfosüsteem, 2017). Lisaks on kursuse eesmärk tutvustada tudengitele nii traditsioonilisi kui ka *online*-kommunikatsiooni vahendeid, mis on suhtekorraldustöös vajalikud (Tartu Ülikooli õppeinfosüsteem, 2017). Õppeaine väljundid on Tartu Ülikooli Õppeinfosüsteemi (2017) kohaselt järgmised:

- üliõpilane oskab nii traditsioonilise kui ka online-kommunikatsiooni vahendeid kasutada kommunikatsioonitegevuste läbiviimiseks;
- üliõpilane oskab eristada sihtrühmi ning teab, kuidas sõnastada neile kommunikatsioonisõnumeid ja valida sihtrühmadega suhtlemiseks parimad vahendid;
- üliõpilane oskab erinevaid kommunikatsioonitegevusi kombineerida;
- üliõpilane oskab suhelda suhtekorraldustöös vajalike koostööpartneritega (nt kolleegid, kliendid, meediaagentuur, reklaamiagentuur) ning oskab valida sobivaima viisi nendega suhtlemiseks;
- üliõpilane suudab oma tegevust konstruktiivselt analüüsida ja mõistab oma tegevuse tagamaid;
- üliõpilane oskab oma ideid väljendada sobival viisil nii suuliselt kui ka kirjalikult ja teiste ideedele korrektselt viidates.

2016/17. õppeaastast alates on „Praktilise suhtekorralduse“ vastutavaks õppejõuks Tiiu Taur, kes katsetas esmakordselt selle õppeaine raames tihedamat projektipõhist koostööd ka ülikooliväliste organisatsioonidega. Koostööpartneriks sobis iga väikeettevõtte või mittetulundusühing, kus on rühm inimesi, kes tegutsevad ühise eesmärgi nimel, ent kellel pole oma kommunikatsioonijuhti (TÜ Moodle, 2017). Etteantud kriteeriumidele vastava organisatsiooni, kellega semestri vältel koostööd teha, pidid tudengid ise leidma. Kogemuspõhine projekt seisnes organisatsiooni kommunikatsiooni analüüsimises ning ühe või mitme kommunikatsioonialase eesmärgi saavutamises umbes kolme kuu jooksul (TÜ Moodle, 2017). Kursusel osalenud tudengid jagunesid kaheksasse tiimi, kes tegelesid semestri vältel erinevate organisatsioonide kommunikatsioonivajadusega (TÜ Moodle, 2017).

Kursuse lõpus pidid tudengid ühe kodutööna vastama õppeainet reflekteerivatele küsimustele. Üliõpilaste tagasiside oli üldjoontes positiivne, sest enamik vastanutest leidis, et kursus oli moel või teisel erialast arengut silmas pidades kasulik ning huvitav („Praktilise suhtekorralduse“ tagasiside, 2016). Seejuures viidati nii lugemisülesannetele, individuaalsele erialaste võtmeoskuste arendamisele, auditooriumisse toodud praktikutele kui ka semestri vältel tehtud praktilise väljundiga rühmatöödele („Praktilise suhtekorralduse“ tagasiside, 2016). Viimase puhul nimetati positiivsena just võimalus oma tegevusega midagi mõne reaalse organisatsiooni jaoks ära teha, õppides seeläbi erialaseid teoreetilisi teadmisi praktikas kasutama, oma aega ja tegevusi paremini planeerima, nii enda rühmakaaslaste kui organisatsiooni poolsete inimestega koostööd tegema ning tänu sellele kõigele ka iseennast paremini tundma („Praktilise suhtekorralduse“ tagasiside, 2016).

Negatiivsema poole pealt märkisid mitmed kursusel osalenud tudengid, et pärast semestri lõppu kadus neil soov tulevikus rühmatöid teha, kuna neile tundus, et osad rühmaliikmed vedasid neid justkui alt ning muutsid seatud eesmärkide saavutamise ebavajalikult keeruliseks („Praktilise suhtekorralduse“ tagasiside, 2016). Siin osutasid tudengid õppekohana aga teadmisele, milliste inimestega neile tulevikus koos meeldiks töötada ja millistega mitte, oskusele ka keerulises meeskonnas töötada ning juhul, kui see ikka üldse ei toimi, suutlikkusele asjale paslik lahendus leida („Praktilise suhtekorralduse“ tagasiside, 2016). Ühe võimaliku lahendusena nimetati näiteks kaastudengite anonüümse tagasisidestamise võimalus („Praktilise suhtekorralduse“ tagasiside, 2016). Kogemuspõhise projekti valguses nentisid tudengid veel, et kodutööde juhendid võinuks olla selgemad, jõuda tudengiteni varem, olla kursusel paremini jaotatud ning esitlused võinuks toimuda töö tähtajaga samal nädalal („Praktilise suhtekorralduse“ tagasiside, 2016). Ka avaldasid tudengid soovi mentorite järele, kes neid rühmatööde tegemisel vajadusel konsulteeriksid, et kogemuspõhine projekt oleks maksimaalselt tulemuslik („Praktilise suhtekorralduse“ tagasiside, 2016).

Ehkki tudengite hinnangud kogemuspõhiste projektidele, kuhu kaasati ülikoolivälised organisatsioonid, polnud sugugi mitte ainiti positiivsed, peeti seda üldjuhul ikkagi heaks praktiliseks õppemeetodiks. Ka üliõpilaste hinnangud sellise koostöö väärtusele ja õppeaine väljundid näivad olevat kooskõlas. See näitab, et tegemist on antud õppeaine kontekstis asjakohase kogemuspõhise õppemeetodiga, millest võib tudengitel palju kasu olla.

2. EESMÄRK JA UURIMISKÜSIMUSED

Minu bakalaureusetöö eesmärk oli õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) kogemusele tuginedes välja selgitada, kuidas oleks kogemuspõhise õppe kontekstis võimalik ülikoolivälised organisatsioonid kommunikatsiooniõppesse kaasata viisil, millest võidaks nii tudeng, ülikool kui ka ülikooliväline koostööpartner. Täpsemalt soovisin teada saada, mida osapooled sellist laadi koostöö juures hindavad ning töötada sellele tuginedes välja kogumi praktilisi soovitusi, mida 2017/18. õppeaasta sügisel loetavas õppeaines rakendada.

Tööle seatud eesmärgi saavutamiseks püstitasin eeltoodud teooriale ja empiirilisele raamistikule tuginedes kolm suuremat uurimisküsimust, mis jagunesid omakorda mitmeks väiksemaks küsimuseks. Uurimisküsimused, millest empiirilist uurimistööd planeerides ja läbi viies lähtusin, olid järgmised:

1. Mida osapooled kogemuspõhise projekti juures hindavad?

- 1.1. Mida peavad oluliseks õppejõud ja tudengid?
- 1.2. Mida peavad oluliseks ülikoolivälised organisatsioonid?

2. Keda ja kuidas kogemuspõhisesse projekti kaasata?

- 2.1. Milline on sobiv koostööpartner?
- 2.2. Kuidas leida sobiv koostööpartner?

3. Milline võiks olla kogemuspõhise projekti sisu ja ülesehitus?

- 3.1. Milliste ülikooli kontekstist tulenevate piirangutega arvestada tuleb?
- 3.2. Kuidas sõlmida sisulised kokkulepped?
- 3.3. Millistes reeglites tuleb kokku leppida?

Uurimisküsimustele vastamisel võtsin aluseks 2016/17. õppeaastal loetud õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171), mille raames katsetati projektipõhist koostööd kaheksa tudengitest moodustunud tiimi ja ülikoolivälise organisatsiooni vahel. Teisisõnu viisin läbi kvalitatiivse juhtumiuuringu, mille käigus analüüsisin konteksti loomiseks tudengite kirjalikku tagasisidet eelmainitud õppeaine raames tehtud projektile ning intervjuerisin sellega seotud õppejõude, tudengeid ning ülikooliväliste organisatsioonide

esindajaid. Täpsema ülevaate empiirilise uuringu planeerimisprotsessist ja käigust annan järgmises peatükis.

3. METOODIKA

Uurimistööle seatud eesmärgi saavutamiseks kasutasin kvalitatiivset juhtumiuurimust ehk uurisin süvitsi õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) raames tehtud koostööd ülikooliväliste organisatsioonide ja kursusel osalenud tudengite vahel. Teoreetilise ja empiirilise raamistiku loomiseks kasutasin õppeaine käigus tudengitelt kogutud kirjalikku tagasisidet, mille edastas mulle minu töö juhendaja ja õppeaine eestvedaja Tiiu Taur. Empiirilise uuringu heaks kogusin andmed poolstruktureeritud intervjuudega, mille viisin läbi kõigi kolme asjassepuutuva osapoolega – õppeainega tegelevate õppejõudude, eelmisel semestril kursusel osalenud tudengite ning õppeaine raames tudengitega koostööd teinud organisatsioonide esindajatega.

Andmete analüüsimisel kasutasin kvalitatiivset sisuanalüüsi. Pärast tudengite kirjaliku tagasiside analüüsimist viisin läbi ekspertintervjuud õppejõududega. Seejärel transkribeerisin intervjuu ning analüüsisin seda mitmetasandilise avatud kodeerimise abil. Nii tekkis mul ülevaade õppeaine ülesehitusest, seal osalevate tudengite profiilist, eelmise kursuse kogemusest, ülikooli kontekstiga kaasnevatest võimalustest ja piirangutest ning õppejõudude soovidest. Saadud teadmisele tuginedes viisin läbi informandi-intervjuud 2016/17. õppeaastal kursuse läbinud tudengite ning nendega koostööd teinud organisatsioonide esindajatega. Mõlema kodeerimisel kasutasin avatud ja etteantud koodide kombinatsiooni, millest viimased joonistusi välja õppejõududega tehtud intervjuust.

Käesolevas peatükis annan ülevaate põhimõtetest, millest valimi moodustamisel lähtusin, kirjeldan kasutatud andmekogumis- ja analüüsimeetodit ning toon välja nendega kaasnenud piirangud, mis töö tulemustele väiksemal või rohkemal määral mõju võisid avaldada.

3.1. Valim

Bakalaureusetööle seatud eesmärgi saavutamiseks kaasasin valimisse kõik kolm osapoolt: õppejõud, tudengid ning 2016/17. õppeaastal õppeainesse kaasatud organisatsioonide esindajad. Respondentide leidmiseks kasutasin mittetõenäosuslikku sihipärast valimit ehk valisin küsitlavad selle alusel, kes mulle uurimisprobleemi silmas pidades kõige suurema

tõenäosusega kõige väärtuslikumat informatsiooni jagaksid. Järgnevalt kirjeldan valimi moodustamise põhimõtteid ja värbamisprotseduuri detailsemalt.

Esimese intervjuu viisin läbi õppeaine vastutava õppejõu Tiiu Tauri ja kaasõppejõu Maria Murumaa-Mengeliga, kes katsetasid õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) käigus tudengite ja ülikooliväliste organisatsioonide projektipõhist koostööd. Teisest, fookusgrupi intervjuust võtsid osa kuus tudengit, kes osalesid 2016/17. õppeaastal eelnimetatud kursusel ning tegid koostööd kuue erineva ülikoolivälise organisatsiooniga. Viimaks intervjuerisin ka kahe samal kursusel tudengitega koostööd teinud organisatsiooni esindajaid.

Kui ülikoolipoolse tervikpildi saamiseks tuli intervjuerida kaht kursusega tegelevat õppejõudu, siis tudengite fookusgrupi ja ülikooliväliste organisatsioonide esindajate puhul pidin kaasatud indiviidide arvu, ajaraami ning eesmärgipüstist silmas pidades valimile konkreetsemad kriteeriumid seadma. Niisiis lähtusin tudengite fookusgrupi respondentide järgmistest põhimõtetest:

- üliõpilane läbis 2016. aasta sügissemestril Ühiskonnateaduste instituudis loetava õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171);
- üliõpilane läbis eeltoodud õppeaine positiivse tulemusega;
- üliõpilane võttis osa kogemuspõhisest projektist, mille raames tehti koostööd mõne ülikoolivälise organisatsiooniga.

Lisaks pidasin võimalikult mitmekülgsete tulemuste saamiseks fookusgrupi respondentide valikul silmas seda, et valimis ei oleks üksnes ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala tudengid ja/või inimesed, kes töötasid õppeaine raames ühe ja sama organisatsiooni kommunikatsiooni kallal. Nii nõustusid minuga sel teemal vestlema kuue erineva organisatsiooniga koostööd teinud üliõpilased, kellest kolm õpivad peaaerialana kommunikatsiooni, üks sotsiaalpoliitikat ja sotsioloogiat, üks psühholoogiat ning üks riigiteadusi. Selleks, et jääda nii objektiivseks kui antud uurimisteema puhul minu kui ajakirjanduse ja kommunikatsiooni kolmanda astme tudengina võimalik, võtsin valimisse vaid inimesed, kellega ma igapäevaselt ülikooliväliselt ei suhtle.

Organisatsioonide valikul, mille esindajatega vestelda, lähtusin sellest, kas projektipõhine koostöö tudengitega osutus õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) raames edukaks või pigem mitte, sooviga leida valimisse mitmekülgsemate tulemuste nimel mõlema kogemuse esindajaid. Kuna sellekohast informatsiooni organisatsioonide esindajate poolse tagasiside puudumise tõttu olemas polnud, lähtusin seal õppejõududega läbi viidud intervjuu käigus välja tulnud hinnangutest.

Intervjuude toimumisajad- ja kohad leppisin kokku suhtluskanalites, kus mul enda hinnangul kõige lihtsam soovitud inimesi kätte oli saada. Nii sõlmisime õppeaine vastutava õppejõu Tiiu Tauriga kokkuleppe silmast silma ja kaasõppejõu Maria Murumaa-Mengeliga e-maili teel. Fookusgruppi värbasin tudengid aga Facebooki vahendusel, sest olin eelnevalt mitmega neist selle kanali vahendusel õppetöö raames juba suhelnud ning arvasin, et saan nad sealt suurema vaevata kätte. Nii ka oli – kõik fookusgrupis osalejad vastasid minu sõnumile ja nõustusid intervjuus osalema. Seejärel küsisin kahe huvipakkuva organisatsiooniga tegelenud tudengitelt nende esindajate kontaktandmeid ning võtsin nendega vastavalt telefoni ja e-maili teel ühendust.

3.2. Andmekogumine

Andmekogumine toimus minu planeeritud empiirilises uuringus kolmes erinevas etapis, millest esimeses viisin õppejõududega läbi ühe poolstruktureeritud intervjuu, teises ühe poolstruktureeritud fookusgrupi intervjuu tudengitega ning kolmandas staadiumis kaks poolstruktureeritud informandi-intervjuud organisatsioonide esindajatega. Küsimuste valikul lähtusin sellest, kas küsitletava näol on tegemist informandi või eksperdiga, sest olin neile töö eesmärgipüstistust ja nende kaasamise funktsiooni silmas pidades erinevad ootused seadnud. Käesolevas alapeatükis kirjeldan kasutatud andmekogumismeetodeid ja nende iseärasusi küsitletavate lõikes.

Intervjuu kui andmekogumismeetodi kasuks otsustasin selle paindlikkuse tõttu, mis loob minule kui uurijale võimaluse kohandada erinevate olukordade ja intervjuueeritavatega ning vastuseid vajadusel täpsustada (Laherand, 2010: 177). Ka soovitatakse intervjuud kasutada juhul, kui on juba teada, et vastused võivad olla väga erinevad – näiteks on see relevantne tundmatu valdkonna uurimisel, mille juures tuleb arvestada sellega, et vastuseid on keeruline ette aimata (Laherand, 2010: 178). Ehkki oleksin ise sama õppeaine läbinud tudengina võinud

vastuseid teatud määral ette aimata, otsustasin seda mitte teha ning respondentide hinnangute tundmaõppimisele läheneda nii laialt kui poolstruktureeritud intervjuud seda võimaldasid.

Esmase ülevaate tudengite tagasisidest õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) raames proovitud koostööprojektile sain tudengite kirjalikust tagasisidest kursusele, mille edastas mulle minu juhendaja ja õppeaine eestvedaja Tiiu Taur. Uudsete andmete kogumiseks viisin aga iseseisvalt läbi pool- ehk semistruktureeritud intervjuud, mis tähendab, et kasutasin varem koostatud küsitluskava, kuid jätsin endale intervjuuerides õiguse muuta küsimuste järjekorda ning esitada vajadusel täpsustavaid küsimusi (Lepik, Harro-Loit, Kello, Linno, Selg ja Strömpl, 2014). Tänu sellele sain teada, mida intervjueeritavad ise huvitavaks või oluliseks peavad (Symon ja Cassell, 2012) ega seadnud neid rangetesse raamidesse, mis töö tulemusi kuidagi piiraks. 2016/17. õppeaastal kõnealusel kursusel osalenud tudengite vaatenurga tundmaõppimiseks kasutasin aga rühma- ehk fookusgrupi intervjuud. Seda peamiselt põhjusel, et fookusgrupp võimaldab korraga kätte saada mitme inimese vaatenurga ühes ja samas küsimuses, mis tähendab, et seda on parem analüüsida, sest suur hulk informatsiooni on koondunud ühte väljundisse (Vihalemm, 2014). Selleks, et vältida konformsust, varieerisin fookusgrupi intervjuud läbi viies individuaalset ning rühmatööd, küsimustele vastamist ja vaba interaktsiooni ning vastamise järjekorda rühmas. Eesmärgiga koguda hinnanguid, mida võib olla raske verbaalselt suuremas seltskonnas väljendada, plaanisin kasutada ka projektiivtehnikaid.

23. märtsil intervjueerisin Ühiskonnateaduste instituudi õppejõude Tiiu Tauri (edaspidi **Õ1**) ja Maria Murumaa-Mengelit (edaspidi **Õ2**), kes tegelevad õppeaine planeerimise ja eestvedamisega. Intervjuu toimus hommikupoolikul Ühiskonnateaduste instituudis asuvas kabinets. Vabas õhkkonnas läbi viidud intervjuu kestis umbes tund aega.

13. aprilli pärastlõunal viisin Tartu kesklinnas tegutseva ja uuringuga mitteseotud eraettevõtte hubases koosolekuruumis läbi fookusgrupi intervjuu, millest võtsid osa kuus Tartu Ülikooli bakalaureuseastme tudengit, kellest kolm õpivad peaerialana ajakirjandust ja kommunikatsiooni (edaspidi **AK1**, **AK2** ja **AK3**), üks õpib peaerialana sotsiaaltööd ja sotsiaalpoliitikat (edaspidi **SO**), üks psühholoogiat (edaspidi **PS**) ning üks riigiteadusi (edaspidi **RT**). Kuna tegemist on inimestega, kes üksteist vähemal või rohkemal määral tunnevad, täheldasin uurijana, et üsna vabas vormis diskussioon muutus iga esitatud küsimusega üha elavamaks, millest tulenevalt tõstatusid juba intervjuu algusjärgus ka need

teemad, mida esialgu projektiivtehnika kasutamisega katta plaanisin. Nii jäi piiratud ajaraami ja informatsioonikülluse tõttu algul planeeritud projektiivtehnika fookusgrupi intervjuust välja.

Sama päeva hommikul intervjueerisin esimese organisatsiooni esindajat (edaspidi **ORG1**), kes on ettevõtte üks kahest omanikust. Intervjuu käigus selgus, et intervjuueeritav on õppinud Tartu Ülikoolis kommunikatsioonijuhtimise erialal. Pikaajalise kogemusega organisatsioon kuulub loomemajandusvaldkonda. Sama päeva õhtul kohtusin teise organisatsiooni esindaja ehk kultuurivaldkonnas tegutseva organisatsiooni programmijuhiga (edaspidi **ORG2**), kes on õppinud kirjandusteadust. Mõlemad intervjuud toimusid organisatsioonide enda hubastes ruumides vabas õhkkonnas.

Kuna intervjueerisin kolme osapoolt, kes tudengite ja ülikooliväliste organisatsioonide koostöös õppeaine raames erinevaid rolle mängivad, kasutasin andmekogumiseks kolme eraldiseisvat küsitluskava, mis lähtusid ennekõike osapoolte spetsiifilistest rollidest eelmainitud koostöö juures. Kõik küsitluskavad on esitatud lisades.

3.3. Andmeanalüüs

Andmete analüüsimiseks kasutasin kvalitatiivset sisuanalüüsi. Selle analüüsimeetodi peamiseks funktsiooniks on keskendumine teksti sisule ja kontekstilisele tähendusele (Laherand, 2010: 290). Kvalitatiivne sisuanalüüs lubab ka analüüsida latentset sisu ehk arvestada ridade vahele peidetut ning kodeerida teksti autori vihjeid, kavatsusi ja eesmärgi ning mitmete konnotatsioonide erinevaid tõlgendamisvõimalusi (Laherand, 2010: 290). Kvalitatiivse sisuanalüüsi tugevusteks on selle tundlikkus ja täpsus ning võimalus pöörata tähelepanu ka harva esinevatele või unikaalsetele nähtustele tekstis (Kalmus, Masso ja Linno, 2015).

Kasutasin juhtumiülest ehk horisontaalset analüüsi, mis seisneb erinevate intervjuude sama teemat käsitlevate tekstiosade võrdlemises (Kalmus jt, 2015), mille eesmärgiks oli antud töös leida kõiki osapooli rahuldav lahendus koostööks. Analüüsides keskendusin materjali manifestsele sisule ehk pöörasin ennekõike tähelepanu otseselt väljaöeldule, nähtavatele tekstiosadele. Teisalt arvestasin teatud määral ka kontekstist sõltuvate tähendustega – näiteks arvestasin sellega, et nii õppejõud kui ka tudengid olid mulle vähemal või rohkemal määral tuttavad, ent ülikooliväliste organisatsioonide esindajatega mul varasemaid kokkupuuteid ja seega ka samal tasandil teineteisemõistmist polnud. Sellest tulenevalt võtsin analüüsides enda võimete piires arvesse ka

latentset sisu ehk jälgisin emotsionaalset rõhuasetust ja retoorilisi/grammatilisi struktuure (Kalmus jt, 2015).

Kuna andmekogumine toimus vastavalt intervjuude toimumisele kolmes osas ning esimese intervjuu tulemus mõjutas edasist uurimise käiku, analüüsisin seda juba enne järgnevate intervjuude läbiviimist. Niisiis võtsin pärast intervjuud õppejõududega kasutusele kodeerimisprogrammi MAXQDA, kus kasutasin avatud tekstilähedast kodeerimist ehk märkisin ära kogu informatsiooni, mis mulle oluline näis. Seejärel hakkasin saadud koode omavahel kokku koondama: algul tõstsin kokku omavahel tugevamalt seotud koodid, hiljem nõrgemalt seotud koodid. Selle tulemusena sain kuus suuremat koodiperekonda: muutused õppeaines, õppeaine eesmärk, tudengite eelteadmised, sobiva organisatsiooni leidmine, ülesannete kujunemine ning tudengitest moodustunud tiimide toimimine. Kuna eelmainitud koodiperekonnad tähistavad aspekte, mis on olulised inimeste jaoks, kel on otsustusõigus kõnealuse õppeaine ülesehituse üle, keskendusin ka fookusgrupi ja ülikooliväliste organisatsioonide esindajatega tehtud intervjuude analüüsimisel just esimesest osast koorunud koodidele, mida täiendasin vastavalt vajadusele uute koodidega. Teisisõnu kasutasin avatud ja etteantud koodide kombinatsiooni.

Empiirilises uuringus osalemise ja minu kui uurija poolt väljapakutud anonüümsusastmega nõustunud üliõpilaste ja organisatsioonide esindajate huvides asendasin respondentide nimed eelmises alapeatükis välja toodud lühenditega. Tööle lisatud transkriptsioonidest eemaldasin analüüsimisprotsessi käigus ka kõik muud nimed ja märksõnad, mis konkreetsetele asutustele või inimestele viitasid.

3.4. Piirangud

Teatavasti kaasneb iga meetodivalikuga teatud hulk piiranguid, mis töö tulemustele moel või teisel mõju avaldavad. Selles alapeatükis annan ülevaate enda töö valimi moodustumise loogika, koosseisu ja ülesehituse, valitud andmekogumis- ning analüüsimeetodiga seonduvatest piirangutest.

Juhtumiuuringute puhul on olulisel kohal uurija enda oskused nii intervjuueerija, tõlgendaja kui ka kuulajana, mistõttu võivad uurija kogenematuslega kaasneda erinevad piirangud. Näiteks juhul, kui uurija pole võimeline uuritavaid probleeme mõistma, end eelnevalt kujunenud

arvamustest distantseerima või uute olukordadega kohanduma, ei pruugi juhtumiuuring olla tulemuslik (Yin, 2003, Laherand, 2010: 82 kaudu) ega täita sellele seatud eesmäärke.

Mittetöenäosusliku valimi kasutamine ei võimalda Blaikie (2009) kohaselt uuritavat materjali üldistada. Symon ja Cassell (2012) nimetavad mittetöenäosusliku valimi ühe olulisema kitsaskohana ka selle, et intervjuerijad kipuvad tihtipeale valimisse võtma inimesi, kellele on neil ligipääs juba olemas või kelle väärtused intervjuerija omadega näivad kattuvat. Samuti võib tekkida olukord, kus uurijal tekib kiusatus esitleda universaalsena selle intervjueritava vastuseid, kellega ta isiklikult rohkem nõustub (Symon ja Cassell, 2012).

Käesoleva uurimistöö puhul on oluline käsitleda ühe potentsiaalse piiranguna ka seda, et bakalaureusetöö juhendaja on juhtumisuurimuse keskse objekti, konkreetse õppeaine, vastutav õppejõud, üks intervjueritavatest ja komisjoniliige. Seda mitmel põhjusel. Kogenematu uurija, kes ei oska või ei julge end eeltoodud faktidest distantseerida, võib andmeid kogudes ja analüüsides langetada õppejõule soodsaid valikuid, et teenida tema heakskiit, ning kaotada seejuures oma võime jääda objektiivseks. See võib aga omakorda mõjutada uurimistulemusi viisil, mis muudavad need reaalsusele mittevastavaks.

Intervjuu kui andmekogumismeetodi üheks olulisemaks miinuseks on tõik, et selle läbiviimine, transkribeerimine ja analüüsimine on aeganõudev ega võimalda seetõttu suurt valimit kasutada (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara, 2005, Laherand, 2010: 178 kaudu). Kvalitatiivse uurimismeetodina võib intervjuu üheks puuduseks olla ka intervjuerija suur roll andmete kogumisel ja analüüsimisel. Näiteks võivad erinevad uurijad intervjuusid, seal esinevaid pause või hääletsusi väga erinevalt tõlgendada (Silverman, 2000, Laherand, 2010 kaudu). Ka Lepik jt (2014) leiavad, et intervjuerija enda mõju on uurimistulemustele suur, sest just intervjuerija enda kuulamis-, jälgimis- ja tõlgendamisoskused mõjutavad uurimisprotsessi ning –tulemusi.

Rühmaintervjuu puhul võib suurimaks komistuskiviks osutuda aga rühma modereerimine, mis nõuab oskusi, ettevalmistust ja praktikat (Wilkinson, 2006, Laherand, 2010: 222 kaudu). Selleks on tarvis aktiivseid juhtimise oskusi ehk suutlikkust häbelikke liikmeid rääkima õhutada, liigjutukaid aeg-ajalt tagasi hoida ning tegeleda muude ebamugavust tekitavate või konfliktsete situatsioonidega (Wilkinson, 2006, Laherand, 2010: 222-223 kaudu).

Kvalitatiivse sisuanalüüsi meetod ei võimalda ka transkriptsioone täpsetel alustel võrrelda ning loob uurijale võimaluse, sageli mittetahtlikult, valikulise tõendusmaterjali kogumiseks (Kalmus jt, 2015). Samuti võib Laherandi (2010) kohaselt tavapärase kvalitatiivse sisuanalüüsi juures keeruliseks osutuda ka konteksti täielik mõistmine ja sobivate võtmekategooriate leidmine.

4. TULEMUSED

Käesolevas peatükis esitan bakalaureusetöö raames läbi viidud empiirilise juhtumiuuringu olulisemad tulemused. Peatükk jaguneb kolmeks suuremaks osaks, millest esimeses käsitlen kogemuspõhise projekti eesmärki nii ülikooli ja tudengi kui ka ülikoolivälise organisatsiooni motiividest lähtuvalt. Teises keskendun ülikoolivälise organisatsiooni valiku- ja kaasamisprotsessile ehk kirjeldan osapooltele seatud ootusi ning nende ettekujutust tulemuslikust esmase kontakti loomisest. Peatüki viimane osa keskendub aga osapoolte ootustele sisulisi kokkuleppeid ning omavahelist kommunikatsiooni silmas pidades. Kõigi osapoolte mõtted ja ideed tuginevad varasemale kogemusele ning ühisele eesmärgile projekt veel tulemuslikumalt üles ehitada.

4.1. Kogemuspõhise projekti eesmärk

Kuna iga tulemusliku projekti alustala on hästi läbi mõeldud ja sõnastatud eesmärk, uurisin esmalt kõigi kolme osapoole motiive projektis kaasalöömiseks. Kuna ülikool langetab otsused just tudengite huve ja vajadusi silmas pidades, käsitlen käesolevas peatükis nende motiive koos ning ülikoolivälise koostööpartneri eesmärgi kogemuspõhises projektis osalemise valguses eraldi.

4.1.1. Õppejõudude ja tudengite motiivid

Õppejõudude hinnangul on pigem praktilise suunitlusega õppeainel lisaks Õppeinfosüsteemis esitletud õpiväljunditele mitu eesmärki. Kui ennekõike on tegemist tööturaks ettevalmistava kursusega ajakirjanduse ja kommunikatsiooni bakalaureuseastme teise kursuse tudengite jaoks, siis teisalt toimib see kommunikatsioonijuhtimise magistrantide tasanduskursusena ning loob ülikoolile võimaluse omalt poolt ühiskonda panustada.

Õppejõudude sõnul annab koostöö üliõpilasele, kes pole kommunikatsioonivaldkonnaga ülikooliväliselt tegelenud, võimaluse näha, mida töö kommunikatsioonipraktikuna, kel tuleb tegeleda erisuguste klientidega, tähendab. See on kõnealuse õppeaine juures oluline, kuna õppeainet loetakse ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala tudengitele kohe teise õppeaasta alguses, mil paljudel tõenäoliselt erialast töö- või praktikakogemust veel pole.

Õ2: „See kursus peaks kindlasti olema üks nendest, kus sa saadki nagu seda praktilist maailma, kui sul ei ole enne olnud võimalust käia praktilal, tööl või kus iganes... või selle valdkonnaga kokkupuuteid, siis seal sa saad enam-vähem nagu teada, kuidas see asi käib ja harjudagi ära sellega, et mis see tähendab, kui sul ongi 2 päeva aega selleks, et teha põhjalik background search või mis iganes raamistus leida. Päriselus ongi nii!“

Lisaks osalevad 2017/18. õppeaastal õppeaines ka need Tartu Ülikooli kommunikatsioonijuhtimise magistrandid, kes on bakalaureuseastmes õppinud midagi muud ning kel puuduvad baasteadmised kommunikatsioonivaldkonnast. Teisisõnu inimesed, kes on praktilise kommunikatsioonialase kogemuse mõistes teise kursuse tudengitega enam-vähem samal tasemel. Nende jaoks on see õppejõudude sõnul justkui tasanduskursus, mis annab neile valdkonnast parema ülevaate. Seda õppejõudude sõnul eeskätt just auditooriumile esinema tulnud kommunikatsioonivaldkonna praktikute kaudu, mitte niivõrd koostööprojekti kaasabil, kuhu magistrante kaasata pole õppejõududel plaanis.

Ehkki praktikutel on õppeaine praktilist väljundit silmas pidades suur roll, on õppejõudude meelest kursuse teine suur väärtus tõik, et tudengid ei näe mitte üksnes ühe organisatsiooni tööd, vaid umbes kaheksa või enama organisatsiooni sisemaailma, kes kursusega moel või teisel seotud. Lisaks praktikutele, kes esindavad teatud organisatsioone, tehakse projektipõhise ülesande raames koostööd organisatsioonidega, kellel ei ole kursuse toimumise hetkel palgal kommunikatsioonipraktikut. Selleks, et nende organisatsioonide kommunikatsiooni mõista, peavad tudengid end ise tulevaste kommunikatsioonipraktikutena proovile panema.

Õ1: „/... /praegu selle kursuse võlu, ma loodan, et see on võlu, nende käest peab küsima, on see, et sa ei näe mitte ainult oma organisatsiooni ja ei tegele oma probleemidega, vaid läbi nende esitluste ja üksteise tagasisidestamise tegelikult näed kaheksat organisatsiooni.“

Õ2: „Pluss praktikud!“

Kõige eelneva valguses aitab koostöö reaalsete organisatsioonidega valmistuda professionaalseks karjääriks. Nimelt saab professionaalne karjäär alguse juba ülikoolis, kus

töötatakse külg-külje kõrval laia kontaktvõrgustikuga õppejõudude, tulevaste potentsiaalsete kolleegide ehk kaastudengite ning õppetöösse kaasatud praktikutega. Sestap nentis üks õppejõududest, et õppeaine aitab tegelikult ka kaasa sotsiaalse kapitali loomisele. Selle all pidas ta ennekõike silmas praktikute kaasamist õppetöösse, mis loob tudengitele võimaluse kohtuda erinevate kommunikatsioonivaldkonna ekspertidega, kes on tulevikus nende potentsiaalsed tööandjad. Kusjuures viimaseid ei ole õppejõudude sõnul Eestis sugugi palju, mistõttu loob see tudengitele soodsa võimaluse häid kontakte luua.

*Õ2: „Ja need tudengid, kes pärast loengut või loengu vaheajal lähevad nende praktikute käest küsima – midagi asjalikku – mitte, et mis su lemmikvärv on, vaid midagi asjalikku, **nad jäävad meelde** ja need praktikud pärast räägivad meile, et „ma mäletan, selles aines tuli see tüdruk, ta tuli minu juurde praktikale“, et see tekitab sihukese positiivse eelhäälestuse.“*

Kuna kontaktide olemasolust ja kommunikatsioonivaldkonna tundmisest on kasu vaid juhul, kui tudeng ka isiklikul tasandil erinevate inimestega koostööd teha suudab, pööratakse kursusel ka sellele tähelepanu. Nimelt ei ole õppejõudude meelest erinevate inimtüüpidega suhtlemist, mida kommunikatsioonitöös mõistagi palju esineb, võimalik kuidagi teoreetiliselt õpetada – see tuleb üksnes kogemusega. Erinevates valdkondades tegutsevate organisatsioonide kaasamine kommunikatsiooniõppesse aga annabki tudengile põhjuse mõelda sellele, kuidas saavutada tulemuslik kontakt näiteks keskealise firmajuhi, kaheksateistaastase idufirma introvertse juhi või mistahes inimesega, kellega ta varem koostööd teinud pole.

Selliste inimeste hulka kuuluvad tegelikult ka need kursusel osalevad tudengid, kes ei õpi peaerialana ajakirjandust ja kommunikatsiooni ning on hoopis teise taustaga. Ka nende seas on õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) olnud õppejõudude sõnul aastaid populaarne. Kuna tegemist on võimaliku õppekohaga, on õppejõud otsustanud erinevate kogemuspõhiste projektide kallal töötavad tiimid ise moodustada ning jälgida seda, et igas rühmas oleks vähemalt üks inimene teiselt erialalt. Ehkki mitmetele tudengitest intervjuueeritavatele selline lahendus ei meeldinud ja ka õppejõudude sõnul on sellel mõningaid puudusi, leidsid viimased, et see täidab kõige paremini õppeainele seatud eesmärgid ning on tudengitele pikas perspektiivis kõige kasulikum. Nimelt pole ka tööelus üldjuhul võimalik kogu oma tiimi ise komplekteerida.

Õ2: „Väljastpoolt tudengid on just selleks, et näidata seda, kelle kõigiga sa võid koos töötada, sest et kui sa lähed näiteks mingisugusesse kommbüroosse tööle või siis lähed inhouse'i tegema või mida iganes, siis sul ei ole ainult oma eriala inimesed. Suga räägivad inimesed täiesti erinevat keelt – sa pead ITikutega koos töötama, sa pead koos töötama inimestega, kes on agronoomid ja nii edasi. See on see õpetlik moment seal /.../“

Kui eelnevad ajendid olid võrdlemisi tudengikesksed ja tulenesid soovist valmistada tudengid ette tööturuks, siis ühe kõrvalise eesmärgina tõid õppejõud välja ka võimaluse selle õppeainega midagi ühiskonna heaks ära teha. Nende jaoks on kursus ja koostööprojekt tõeliselt korda läinud siis, kui tudengid suudavad mõne sellise organisatsiooni heaks, kus eraldi kommunikatsiooni- või turunduseksperti palgatud ei ole, midagi kasulikku ära teha.

*Õ1: “/.../ väike mõte ikkagi selle aine puhul on ka, no ma ei saa, et mul ikkagi see maailmaparandamine on oluline. Ütleme, et need väiksemad organisatsioonid, kus ei ole oma kommunikatsiooni-turundusosakonda. Tegelikult ju juba kuna ülikoolis riik maksab selle eest, et siis **panustada ühiskonda** ja aidata neil organisatsioonidel midagi paremini teha. /.../“*

Erinevalt õppejõududest tudengid koostööprojekti puhul kontaktide loomist ja erinevate inimestüüpidega toimetulemist ei maininud. Nende puhul oli kesksel kohal võimalus oma kommunikatsioonialased teadmised proovile panna ja mõne organisatsiooni heaks midagi ära teha. Ehkki õppeaine põhiline eesmärk – näidata tudengitele kommunikatsioonitöö praktilist külge – oli tudengite meelest vahva ja vajalik, ei jäänud tudengid koostööprojektidega päris rahule. Nimelt tundus osadele neist, et sotsiaalmeediakanalites tegutsemine, ankeetküsitluste koostamine, degusteerimise läbiviimine ja teised väiksemad ülesanded, mis moodustavad vaid väikse lõigu reaalsest kommunikatsioonitööst, ei olnud huvitavad ega erialast arengut silmas pidades kuigi kasulikud.

*AK3: „Ma saan aru, et see ongi hea valik, et organisatsioonis on päris inimesed, päris organisatsioon, päris vastutus, päris ülesanded. Aga lihtsalt, et kuidas on sul võimalik valida organisatsioon, **kellel on ka reaalne ülesandevajadus, et mitte ainult Facebooki tegevused.**“*

PS: „/.../ kuidas Facebooki lehti merge’da, kuidas kokku leppida kohtumist, et kõik oleksid kohal, ei, see ei ole see, millele peaks keskenduma see aine.“

Ehkki mitu tudengit nentisid, et kaalusid organisatsioonide väljavahetamist, ei teinud nad seda, sest olid sinna oma aega juba panustanud ega tahtnud poole kursuse pealt enam fookust muuta. Selle asemel mängiti väiksemad nüansid ümber ja lepiti olukorraga, mis tegelikult tudengite soove ja ootusi praktilise kommunikatsiooniõppe mõttes ei rahuldanud.

AK3: „Mina ütlen, et see oli minu jaoks lihtsalt tasuta tööjõu kasutamine, aga meie saime oma tööülesande täidetud, et mingit sisulist kommunikatsioonialast ülesannet, nagu see ülesandepüstitus algselt oli, et seda nagu ei olnud, et me võime rephrase’da, et jah, me suhtlesime klientidega näost näkku, et see oli elav kommunikatsioon. Tegelikult neil oli lihtsalt inimesi vaja sel hetkel, ja meie saime selle arvelt siis teha enda tööülesande.“

Ka rühmade moodustamise loogika osas nentisid mõned tudengid, et see tekitas palju probleeme, mis oluks olemata juhul, kui nad oleksid ise tiimid kokku pannud. Samas jõudsid ka nemad pärast mõningast arutelu järelduseni, et tegelikult on see tööelus samuti nii ja oskus sellega toime tulla üksnes kasulik.

Õppejõudude sõnul on tegemist bakalaureuseastme tudengeid tööturuks ettevalmistava kursusega, mille raames saavad tudengid tegeleda reaalelulise kommunikatsioonivaldkonda kuuluva projektiga, teha seejuures koostööd erinevate inimtüüpidega ning näha seda kommunikatsioonitöö poolt, mida ülikool üksinda edasi anda ei suuda. Teisalt toimib kursus tasanduskursusena nende kommunikatsioonijuhtimise tudengite jaoks, kel kommunikatsioonialaseid algteadmisi napib, ning loob ülikoolile võimaluse ühiskonnale midagi tagasi anda. Tudengid, kes ise hindavad eelmainitud motiividest enim just õppeaine praktilist väljundit, leiavad, et kogemuspõhine projekt selle praegusel kujul oma eesmärgi ei täida.

4.1.2. Ülikooliväliste organisatsioonide motiivid

Koostööpartnerite motiivid kogemuspõhises projektis kaasa loomiseks erinevad mõistagi ülikooli ja tudengite omadest. Üliõpilaste värsked ideed ja kaasaegsed teadmised on nende

jaoks midagi, millest võib organisatsioon palju võita. Kaalutluskohta, kas kogemuspõhises projektis osaleda või mitte, nende jaoks tegelikult polnudki.

ORG1 sõnul oli tegemist hea moodusega lahendada ära küsimused, mille jaoks põhitöö kõrvalt aega napib, ent mida ta teab, et on olulised. Vajadusega mingid konkreetsed ülesanded ära teha põhjendas enda motiveerimise projektis osaleda ka ORG2.

*ORG1: „/.../ justkui tundub, et sellest ei sõltu nagu rahaline sissetulek ja edu, aga tegelikkuses sa tead, et need on baasasjad, mis peaksid tegelikult tehtud olema, aga sa ikkagi lükkad nad edasi. Ja siis lihtsalt **tudengid võiksid olla need, kes siis sinu teostamata unistused teoks teevad.**“*

Suurima väärtusena nägid organisatsioonide esindajad sellise koostöö juures võimalust kasutada enda heaks ära kommunikatsioonivaldkonnas pädevaid inimesi, kes tegutsevad professionaalsete õppejõudude valvsa silma all ehk töötavad koos nende inimestega, kelle oskuslik ressurss on tegelikult kallis.

*ORG1: „Nendel on juhendaja, **nendel on seal ümberringi targad inimesed, kellele sa muidu peaksid maksma väga palju raha, et nad teeksid sulle selle kommunikatsiooniplaani, et nad sind nõustaksid.** /.../ Lihtsalt kasuta ära seda!“*

Organisatsioonide heale võimalusele tasuta kommunikatsioonialast abi saada viitasid ka õppejõud ise, märkides, et tulevikus küsivad praegused kommunikatsioonitudengid samade ülesannete täitmise eest head raha.

*Õ2: „/.../ Seega see peabki olema nagu low-key, väikesed ettevõtted, täpselt sihuke katseta ja tee ja proovi! **Mis ei tähenda, et neid asju ei saaks teha raha eest hiljem... no kõva raha eest.**“*

Konkreetselt viitasid organisatsioonide esindajad tudengite kommunikatsioonialasest pädevusest rääkides nende värskete pilgule, spetsiifilistele teadmistele ja oskustele, mida nad meeleldi organisatsioonide heaks kasutavad. Seda eeskätt sotsiaalmeediaplatforme puudutavates küsimustes, milles organisatsioonide esindajail endil võimetuse tõttu end kõigi valdkondade arengutega pidevalt kursis hoida teadmisi napib.

ORG2: „/.../ ja ma näen, et ma olen ise liiga vana, ma näen, et kõige säravam äriprojekt sünnib kuskil Viljandis mingi 16-aastaselt poisilt, kes teab seda, misasi see Snapchat on.“

Kuna aega on vähe, pole organisatsioonide esindajate hinnangul võimalik end kõigega kogu aeg kursis hoida ning kommunikatsiooniga, mis kipub olema teisejärguline, tegeleda. Seepärast tõstatus nii ORG1 kui ka ORG2 intervjuus esile ka küsimus projektijärgsetest koostöövõimalustest. Selgus, et mõlema organisatsiooni esindajad oluks koostöö toimimise korral valmis tudengitega koostööd jätkama. Koostööprojekti edukaks hinnanud organisatsiooni puhul jäi projektijärgne koostöö selle esindaja sõnul puuduliku kommunikatsiooni taha, mille eest oleks ORG1 meelest võinud vastutada õppejõud. Teise organisatsiooni esindaja sõnul oli ta projektijärgsest koostööst küll huvitatud, ent loobus sellest mõttest siis, kui nägi, et tudengid ei suhtu valdkonda kirega.

Niisiis näevad organisatsioonide esindajad kogemuspõhises projektis võimalust tudengid enda ettevõtmise heaks aspektides, kus ise ei saa, oska või ei ole aega, kontrollitud keskkonnas tööle panna. Mõlema organisatsiooni esindajad leidsid, et tegemist on kasuliku projektiga ning arvasid, et võtaksid sellelaadse pakkumise meelesdi vastu ka tulevikus. Samas tekitas mõlema jaoks palju küsimusi teema, kuidas reguleerida potentsiaalseid projektijärgseid koostöövõimalusi tudengitega.

4.2. Ülikooliväliste organisatsioonide valiku- ja kaasamisprotsess

2016/17. õppeaastal pidid tudengid pärast rühmade moodustumist esimese ülesandena leidma organisatsiooni, kellega semestri vältel koostööd teha. Ehkki õppejõudude hinnangul said tudengid sellega kenasti hakkama, ei jäänud tudengid lõpptulemusega ikkagi päris rahule. Ka õppejõud leidsid, et tulevikus võiks organisatsioonide valiku- ja kaasamisprotsessi veidi teisiti üles ehitada. Kuna sobiva koostööpartneri leidmine ja viimase esindajaga ühisele keelele jõudmine on terve kogemuspõhise projekti alus, tuleb kõiki osapooli rahuldava lahenduse jaoks projekti eesmärke silmas pidades ka seda protsessi analüüsida.

4.2.1. Fundamentaalsed ootused koostööpartneritele

2016/17. õppeaastal pidid tudengitest moodustunud tiimid vastavalt õppejõudude seatud üldist laadi kriteeriumidele leidma endale huvipakkuva organisatsiooni, kellega semestri vältel koostööd teha. Kui toona sõnastasid omapoolsed ootused koostööpartneritele vaid õppejõud, pidades seejuures silmas tudengite vajadusi, siis nüüd on lisaks neile tuginedes oma kogemusele sel teemal arvamust avaldanud ka tudengid ning ülikooliväliste organisatsioonide esindajad ise.

Eelmisel korral, kui õppeainet loeti, oli tudengite ülesanne leida organisatsioon, kus pole palgal inimest, kes tegeleb kommunikatsiooni- või turundusalaste küsimustega, ent kes oleks valmis tudengid organisatsioonile ligi laskma ning nendega õppeaine raames koostööd tegema. Organisatsiooni tegevusvaldkonnale, ulatusele, asukohale vms seejuures mingeid piiranguid ei seatud – tudengid said valida organisatsiooni, mis neile vastavalt etteantud kriteeriumidele enim huvi pakkus. Vaatamata valikuvabadusele väljendasid nii tudengid kui ka üks ülikoolivälise organisatsiooni esindaja oma koostööpartneri osas rahulolematust. Paljuski seisnes rahulolematuse fundamentaalset laadi küsimustes, mis on aluseks hilisemale edukale koostööle ehk küsimustes, millest ei ole võimalik kogemuspõhist projekti planeerides mööda vaadata. Ühe keskse märksõnana joonistus tehtud intervjuudes välja osapoolte motivatsioon projektis kaasa lüüa. Sellele viitasid nii üliõpilased kui ka ülikooliväliste organisatsioonide esindajad.

Näiteks ORG2 sõnul kannatas projekti kvaliteet ainuüksi juba seetõttu, et tudengitel, kes tema projektiga tegelesid, puudus tema hinnangul kirg organisatsiooni tegevusvaldkonna vastu, mille olemasolu on ka õppejõudude sõnul eelduseks heale koostööle.

ORG2: „Ma ei tea. Lihtsalt, ütleme, see teema, mis oli, oli see, et sellest seltskonnast tundus olevat üks inimene väga motiveeritud, kes võttis ühendust, kellega me rääkisime, kes nagu tajub seda sisemaailma ka mõneti, ja siis oli mingi hulk inimesi, kes seda ei taju ja ei olnud motiveeritud /.../.“

Potentsiaalse lahendusena ebasobivast valdkonnast tulenevale motivatsiooniprobleemile üliõpilaste seas pakkus ORG2 välja, et tudengid võiksid rühmadesse jaguneda oma huvide baasil nii, et omavahel satuks kokku inimesed, kes suhtuks võrdväärse kirega ühte ja samasse

organisatsiooni. 2016/17. õppeaastal õppejõud rühmade moodustamisel tudengite huvidele tähelepanu ei pööranud.

Teiselt poolt jäi aga üliõpilastele mulje, et ka mitmed projektis osalenud organisatsioonid olid koostöö tegemisega nõus, kuid polnud selle jaoks piisavalt motiveeritud või pelgalt ei teadnud, mida tudengitelt oodata ja küsida. Sestap näis tudengitele, et vahel tuli täita ülesandeid, mis otseselt organisatsiooni kommunikatsioonivajadusi ei puudutanudki – ülesandeid, mis anti neile üksnes sellepärast, et kuidagi oli tarvis nad tööle panna.

*AK3: „/.../ Me ei saanud valida organisatsioone selle järgi, mis kommunikatsiooni-
väljakutset neil pakkuda on. Ma ei tea, kuidas teistel, aga **meil oli pigem see, et me
valisime organisatsiooni ja siis küsisime, mis me teha saame. Et me juba jäime
sellele organisatsioonile truuks, ja siis leiti mingi väljund meile, mida me saaksime
selle organisatsiooni jaoks ära teha.**“*

Kui asi polnud motivatsioonis, siis võis selle taga tudengite sõnul olla tõik, et valitud organisatsioonid ei tunnetanud kommunikatsiooni tähtsust ja rolli organisatsioonis. Kuna tegemist oli projektipõhise koostöövormiga, kus tudengid pidid täitma teatud ülesande, ei olnud nad enda sõnul ka positsioonis, kus kommunikatsioonivaldkonna alustalasid organisatsioonidele tutvustama hakata. Nii lepiti olukorraga ja tehti asjad ära eeskätt selle nimel, et õppeainest läbi saada.

*ST: „/.../ Organisatsioonid, mis me valisime, need ei olnud kommunikatsiooni poolega
oma tegevuses kokku puutunud, seepärast nad ei teadnud, mida oodata ja küsida. /.../
Olid nõus asjadega ja siis ütlesid, et „**eks te siis tehke**“. Ja siis niimoodi me tegime
vaikselt. /.../. Et ikkagi oli neil pilt olemas, mis toimub, **aga seda mida-kuidas teha,
või mis sihid on, et seda arutelu nende poolt ei olnud. See tuli ise välja mõelda.**“*

Kommunikatsiooni tähenduse ja rolli ebaadekvaatne tajumine ning ühe või enama osapoole motivatsioonipuudus mõjub aga koostöö edukusele pärssivalt. Nii näis tudengitele, et organisatsioonid suhtuvad kogemuspõhisesse projekti kui tüütusse kohustusse ega taha neid tegelikult organisatsiooni sisemistele protsessidele ligi lasta. See väljendus üliõpilaste meelest osaliselt selles, et organisatsioonide esindajad peitusid kohtumisi kokku leppides vahel

ajanappuse, vahel aga liiga suure vahemaa taha. Teinekord rakendati neid aga lihtsalt tasuta tööjõuna või tõugati üldse kõrvale.

*AK2: „Meil oli üsna keeruline, et meil olid mingisugused eesmärgid, millest nad olid alguses huvitatud, aga lõpuks selgus, et organisatsioon on Tallinnast, et juba Tartusse tulek oli nende jaoks väga suur tükk. **Alguses nad olid huvitatud, aga siis nad ei teinud tööd meiega.**“*

Niisiis võiks kõigi kolme osapoole hinnangul olla organisatsioonil, kes tudengitega koostööd teeb, reaalne kommunikatsioonialane vajadus, oskus ning soov tudengeid selle lahendamisel kasutada. Eriti hea oleks see, kui organisatsioon tegutseks Tartus ning sellel oleks esindaja, kes teab, mis on kommunikatsioon ja milleks üks organisatsioon seda vajab.

*ORG1: „/.../ et see võib alati olla ka selle ettevõtja oskus ja võime seda asja siis endale nagu päris reaalselt ellu viia ja seda ära kasutada nii, et sa ei võta seda kui kohustust anda infot ja „las ta teeb selle töö ära“, vaid sa reaalselt tahad seda kasutada. **Meil oli kohe alguses see valmidus ja soov saada neilt reaalselt kätte midagi, mida me saaksime rakendada.**“*

Samas tahaks õppejõud ka edaspidi hoida joont, et organisatsioonil pole palgal kommunikatsiooni- või turundusalaste küsimustega tegelevat töötajat. Seda põhjendasid nad ennekõike mõttega, et ajakirjanduse ja kommunikatsiooni tudengitel tuleb nii või naa läbida pärast teist kursust kohustuslik praktika kommunikatsiooniassistendina ning antud õppeaine kontekstis võiks sellist töösuhet pigem vältida.

Samuti annab see tudengitele ja ülikoolile üldiselt võimaluse omalt poolt ühiskonda panustada – väiksemates organisatsioonides, kus turunduse ja kommunikatsiooniga tegelevat inimest palgal ei ole, on tõenäoliselt vajadus sellise kompetentsiga inimeste järgi kõige suurem.

Õ1: „Ja selle nagu põhjuseks oli just see, et ei oleks nii, et tudengid lähevad organisatsiooni ja siis on keegi suur-ilus-tark-ja-uhke, kes ütleb täpselt ette, mida teha, ja siis tudengitest saavad nagu sellised, noh, orjad on.“

Lisaks kommunikatsioonialaste baasteadmiste olemasolule ja kommunikatsioonivaldkonna eksperdi puudumisele võiks ORG1 sõnul ülikooliväliseid koostööpartnereid valides jälgida

seda, et organisatsioonil oleks tugev organisatsioonikultuur ja identiteet, sest sellised organisatsioonid tunnevad end olukorras, kus peab võõrad inimesed organisatsiooni sisemistele protsessidele ligi laskma ja nende uuenduslikke ideid omas võtma, kindlalt.

*ORGI: „/.../ sellised uued ja väiksed ettevõtted. Neil on tihti nii, et üks inimene teeb kõike ja sellel ettevõttel puudub kindel struktureeritus, et siis on keerulisem esiteks seda vist, ma arvan, analüüsida, ja teiseks on ettevõttel endal ka ebakindlam lasta enda ettevõtte juurde kedagi, teades, et seal on palju sellist putru ja jama. **Ma arvan, et selline selgus peab olema ettevõttes, või lihtsus** – nagu meil näiteks.“*

Praegu on aga teada, et ülikooliväliseid koostööpartnereid otsides tuleks mõelda pigem tugeva identiteedi ja organisatsioonikultuuriga organisatsioonidele, millel pole eraldi kõnealuse valdkonnaga tegelevat inimest, kuid millel on olemas aimdus kommunikatsioonist ning motivatsioon kommunikatsioonitudengitega koostööd teha. Teisalt peaksid ka tudengid olema motiveeritud projektis kaasa lööma ning ülikooli südameasjaks jääb leida viis, kuidas tudengid vastavalt nende huvidele toimivateks tiimideks jagada.

4.2.2. Ülikoolivälise koostööpartnerite leidmine ja nendega kontakteerumine

Siis, kui osapooled on jõudnud üksmeelele selles osas, millistele üldistele kriteeriumidele peaks üks kogemuspõhise projekti kontekstis sobilik ülikooliväline organisatsioon vastama, on aeg see leida ja selle esindajaga esimesed kokkulepped sõlmida. 2016/17. õppeaastal kontakteerusid ülikoolivälise organisatsioonidega tudengid ise, kuid selgus, et kõigi kolme osapoolle hinnangul võinuks esmane kontakt välja näha pisut teistsugune.

Ühe põhjusena koorus intervjuudest välja tõsiasi, et ülikoolivälise koostööpartnerite valik ei olnud strateegiline, vaid lähtus mugavusest. Kui esialgu kaaluti tudengite sõnul erinevaid organisatsioone, kellega kontakteeruda, tunnistasid nad, et mida lähemale organisatsioonide kinnitamise tähtaeg jõudis ehk mida vähem aega oli, seda vähem pöörasid nad tähelepanu organisatsioonide tegevusvaldkondadele ning seda enam keskendusid nad sellise organisatsiooni leidmisele, kes on nendega nõus koostööd tegema. Nii osutusid enamasti valituks organisatsioonid, kus mõni rühmaliige või mõne rühmaliikme tuttav töötas – organisatsioonid, millele oli kõige lihtsam läheneda.

ORG2: „Me jõudsime selle koostööni selle kaudu, et üks inimene, kes on käinud ka siin plaate mängimas päris palju ja on päris professionaalsel tasemel, tegi ettepaneku teha koostööd mingis vallas.“

Samas ütlesid ka tudengid ise, et mugavusest tehtud valikud ei olnud kõige etemad, sest nii otsustati selliste koostööpartnerite kasuks, kes nendele küll lahkelt vastu tulid, ent kes nende oskuslikku ressursi ei vajanud või rakendada ei osanud. Seega pole olukord, kus tudengid kirjutavad juhuslikele organisatsioonidele, lootes, et viimased vajavad nende oskuslikku ressursi, jätkusuutlik. Ideaalolukorras võiks organisatsioonil endal olla vajadus kommunikatsioonialaste teadmistega tudengite järele, mitte vastupidi.

PS: „Selle tagajärjel kasvaks ka praktilise kogemuse kvaliteet. Et sa ei pea kuskilt pastakast imema välja mingeid asju, millega „jumala eest“ see organisatsioon nüüd nõus oleks, et okei, teeme siis mingit kodulehe uuendamist. Vaid sul ongi organisatsiooni poolt välja pakutud, et nad ise teavad, mis on kommunikatsioon. **Mitte et sa lähed organisatsiooni juurde, et aa, meil on kommunikatsioonialaselt vaja teid aidata** /.../.“

Ehkki õppejõudude hinnangul läks organisatsioonide leidmine ja nendega esmaste kokkulepete sõlmimine ootuspäraselt, leidsid ka nemad, et tulevikus võiks kaasamisprotsessile läheneda teisiti. Nii plaanivad nad tulevikus selliste organisatsioonidega, kel on kindel kommunikatsioonialane vajadus olemas, ise juba enne õppeaasta algust ise esialgsed kokkulepped sõlmida, ning osad kohad ka lahtiseks jätta. Viimast on õppejõudude sõnul tarvis sellepärast, et see võimaldab tudengite soovidega arvestada.

Sarnane mõttekäik oli ka tudengitel ja ülikoolivälistel koostööpartneritel. Tudengite sõnul ei paku võõraste inimestega kontakteerumine ja neile oma idee maha müümine enam teise kursuse tudengitele pinget ega loo mingit väärtust, mistõttu ei ole kuidagi põhjendatud ka variant, et tegemist on eesmärgipärase osaga projektist. Ülikooliväliste organisatsioonide esindajate arvates võiks esimene kontakt olla just õppejõuga seetõttu, et see annab neile võimaluse õppejõude ja tudengite motiive, võimalusi ning soove paremini mõista. Näiteks on ORG2 sõnul tõenäosus, et kommunikatsioonis läheb tudengite vahendusel midagi kaduma, üsna suur, kuna ka nemad ei pruugi õppejõudude tegelikke motiive sajabrotsendiliselt mõista.

Eelnevad kokkulepped võiks õppejõudude sõnul esialgu sõlmida aga maksimaalselt viie organisatsiooniga. Seda mitmel olulisel põhjusel. Ühelt poolt ei tohiks suud lõhki ajada, sest olukord, kus ülikool antud lubadustest kinni ei suuda pidada, oleks nende sõnul täbaram kui olukord, kus mõni tiim nii-öelda vaeslapse rolli jääb ja ise endale koostööpartneri peab leidma. Ka ei pruugi selliste organisatsioonide leidmine osutuda lihtsaks, sest kommunikatsioon on kiirelt muutuv valdkond ja pikas perspektiivis plaanide tegemine ei ole näiteks ORG2 sõnul selles valdkonnas isegi mitte võimalik.

Lisaks sellele, et esimese kontakti peaks ülikoolivälise koostööpartneriga looma õppejõud, tõstatus esimestega tehtud intervjuudest idee, et koostööpakkumine võiks olla avalik nii, et võimalus jõuaks ka nende organisatsioonideni, millel puuduvad isiklikud sidemed Tartu Ülikooli tudengite või õppejõududega. Nii nentisid mõlema ülikoolivälise organisatsiooni esindajad, et nende puhul oli koostööpakkumise näol tegemist puhta juhusega ja tegelikult võiks sellekohane informatsioon jõuda oluliselt suurema ringi ettevõtjateni. Eriti relevantne on see kogemuspõhise õppemeetodi kasutuselevõtmise algusjärgus, sest hiljem on õppejõudude sõnul mõttekas loota juba sellele, et sõna levib ja selline koostöövorm turundab end ise.

Avalik sõnum peaks aga ORG1 sõnul olema väga konkreetne, informatiivne ja atraktiivne. Viimase puhul pidas ORG1 silmas seda, et hästi koostatud sõnum peab looma usalduse nii tudengite kommunikatsioonialase võimekuse kui ka ülikooli kaasaegsuse suhtes. Nimelt väljendasid mõlema organisatsiooni esindajad selles osas skepsist. Näitena tõi ORG1 mustvalgel pika dokumendi, millesugust tuleks tema meelest igal juhul liigse formaalsuse ja iganenud lähenemise tõttu vältida. Selle asemel võiks tema meelest kasutusele võtta hoopis videod, kus särasiilmased tudengid juba tehtud projektidest lühikese ülevaate teeks.

ORG1: „Et muidu ülikool ongi nagu selline, et kui ma ütlen „ülikool“, siis kangastub see logo, mis on nagu jäänud ülikooli ajast ja siis hästi kantseliitsed, korrektsed dokumendid. Aga mida ettevõtja tahab? Tahab innovaativsust, tahab, et oleks see sama asi mingis hoopis värskes kuues. Sambad võivad olla, see kuidas sa seda presenteerid..“

Niisiis peaks uuringus osalenute hinnangul partnerlussuhete ja esimeste kokkulepete sõlmimisega tegelema tulevikus lähtuvalt eelnevalt paika pandud kriteeriumidest tudengite

asemel õppejõud. Seejuures tuleks mõelda küsimusele, kas koostööpartnerite otsimine peaks toimuma avalikult või pigem personaalselt – avaliku kommunikatsiooni selge eelis on näiteks tudengite hinnangul tõik, et see sarnaneks veel enam nii-öelda pärismaailmaga, kus organisatsioonid pöörduvad omal initsiatiivil agentuuri poole, olles juba eelnevalt tunnetanud konkreetset vajadust ning kaalunud vahendeid, kuidas seda vajadust rahuldada. See annab omakorda kindluse, et organisatsioon tõepoolest vajab tudengite oskuslikku ressursi ning tudengid on ka ise rohkem motiveeritud kogemuspõhise projekti kallal töötama.

4.3. Kogemuspõhise projekti sisu ja ülesehitus

Kui osapoolte eesmärgid ja ootused on paigas ning esimene kontakt sobiva ülikoolivälise organisatsiooniga loodud, on aeg leppida kokku projekti sisus ja ülesehituses. Kuna tegemist on õppimise kontekstiga, mis seab juba eos teatavad piirangud, analüüsin esmalt seda. Seejärel võtan fookusesse aga osapoolte vahelised kokkulepped kogemuspõhise projekti sisus ja vormis.

4.3.1. Kogemuspõhine projekt õppeaine kontekstis

Kuna kogemuspõhise projekti sisu ja ülesehitus on väga tugevalt seotud konkreetse õppeaine ning laiemalt ülikooli kontekstiga, peab planeerimisprotsessis ka selle peale mõtlema. Ehkki sarnasus klassikalise agentuuri ja kliendi suhte ning selle käigus tehtava projektiga on olemas, tuleb arvestada sellega, et tegemist on eriala omandavate üliõpilaste, mitte oma ala professionaalidega. Samuti ei saa mööda vaadata ülikooli ja konkreetsemalt õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) vormilistest piirangutest, mis projektile teatava raamistiku loovad.

Laias laastus on kursus üles ehitatud kogemuspõhisele projektile, individuaalsetele ülesannetele ning suurele hulgale kontakttundidele. Kogemuspõhine projekt moodustab õppejõudude hinnangul kursusest umbes 30 kuni 50 protsenti ning seab projektile teiste ülesannete kõrval teatud ajalised ja sisulised piirangud. Kursus ise on tulevikus üsna mahukas: varasema kuue Euroopa ainepunkti asemel annab see bakalaureuseastme tudengitele 2017/18. õppeaastal kokku üheksa ainepunkti. Õppetöös osalevad magistrandid saavad Õ1 sõnul seal osalemise eest kätte aga pisut vähem ainepunkte, mistõttu ei ole õppejõududel plaanis neid ka kõnealusesse kogemuspõhisesse projekti kaasata.

Kui 2016/17. õppeaastal oli kursus üles ehitatud selliselt, et individuaalsed tööd vaheldusid tiimitöös valmiva projektiga, siis nüüd võiks tudengite meelest kursuse kaheks eraldiseisvaks osaks jagada. Nad leidsid, et toona oli ülesehitus konarlik, kuna rühmatöö vahepeal domineerisid individuaalsed kodutööd ja sellega seoses jäi rühmatöö justkui seisma. Ehkki tudengitele see muidu probleemi ei valmista, muutis olukorra ebamugavaks tõsiasi, et tudengid pidid organisatsioonide esindajatega pärast lühemaajalisi pause taas nii-öelda suhteid üles hakkama soojendama. Ühe potentsiaalse lahendusena nimetasid tudengid võimaluse sättida individuaalsed kodutööd kõik kursuse esimesse poolde ning koostööprojekti kursuse teise poolde nii, et tudengitel poleks võimalik seda kuidagi soiku jätta.

*AK3: „/.../ Vahepeal jäid suhted sinnapaika ja umbes kahe nädala pärast ja kolme nädala pärast jälle kirjutad. Periood ei olnud pikk, aga **temale isiklikult tundus hästi ebameeldiv, et „siin me nüüd jälle oleme, et nüüd võiks jälle midagi teha“**. Selles mõttes oli meil pigem lünklik iga teatud aja tagant.“*

Kuna tudengid toimetavad ühe semestri pikkuses üsna kitsas ajaraamis, kus tuleb tegeleda ka individuaalsete ülesannetega, on nii õppejõudude kui ka organisatsioonide esindajate sõnul oluline arvestada sellega, et projekti raames tehtav ülesanne võiks oma olemuselt olla nii konkreetne kui võimalik. Seda pelgalt juba põhjusel, et kitsas ajaraamis toimetades ei ole võimalik kogu organisatsiooni hoomata ja kõike, mis parandamist vajaks, töösse võtta. Niisiis peaks kogemuspõhisel projektil olema õppejõudude hinnangul konkreetne eesmärk ja tulemus, mida võiks näha juba semestri lõppedes. Seetõttu võiks välistada pikaajalised strateegilised projektid, mida pole kursuse vältel juba ajalise piirangu tõttu võimalik täiel määral ellu viia.

Õ2: /.../ Meil on vaja nagu, et seal lõpus oleks mingisugune asi, mingisugune kokkuvõte.“

Teisalt ei ole pikaajaliste väliseid osapooli hõlmavate strateegiliste projektide ettevõtmine mõistlik ka tudengite oskuslikku ressursi silmas pidades. Teise kursuse ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala tudengitel ei ole õppejõudude sõnul veel ettevalmistust selleks, et suurem kommunikatsioonistrateegia välja töötada või laiahaardelisem uuring läbi viia. Samal põhjusel tahaks õppejõud vältida suurt materiaalselt ressursi nõudvaid projekte, mis võivad asjaajamise tarbetult keeruliseks muuta ning tudengitele üle jõu käia.

Õ1: „Ja tahaks ikka... kuna see on ikkagi praktiline, et mingisuguse projekti võiks ellu viia. Kuigi noh, analüüs on väga tore, aga ma ootaks sellega kolmanda aastani.“

Ehkki õppeaine on selgelt praktilise suunitlusega ja õppejõudude eesmärk ongi selle raames „üle- ja ettehooldust“ vältida ning vastutus nii suurel määral kui võimalik tudengitele anda, on tegemist ülikooliga ehk kontekstiga, mis lubab tudengitel eksida ja tehtud vigadest õppida. Sellega peavad arvestama ka kõik ülikoolivälised organisatsioonid. Kursusel, kus on kokku umbes 60 tudengit ja umbes kaheksa mõne organisatsiooniga koostööd tegevat tiimi, on võimalus, et mõni organisatsioon koostöös pettub, õppejõudude sõnul üsna tõenäoline. Hilisema potentsiaalse pettumuse vältimiseks tuleks võimalikest ohukohtadest juba projekti eel rääkida ka ülikoolivälise koostööpartneriga.

*Õ2: „/.../ Sellepärast on neid praktilisi aineid raske teha, sest ühelt poolt see on praktiline nagu päriselus ja kliendid ja nii edasi, aga teiselt poolt on see ju ikkagi õppimise keskkond. **See tasakaal või vastuolu on päris karm.**“*

Kvaliteedi tagamise teeb lisaks kitsale ajaraamile ja oskuslikule ressursile õppejõudude sõnul raskeks ka üleüldine tudengite motivatsioon Eesti kõrgharidussüsteemis, julgus vastutada ja oskus teha meeskonnatööd ka inimestega, keda ise oma tiimi ei valita. Kuna organisatsioonidega töötavad umbes viieliikmelised või isegi suuremad tudengitiimid, mis moodustatakse õppejõudude poolt, on võimalus, et keegi oma tööülesannetest kõrvale hiilib, nii õppejõudude kui ka tudengite endi sõnul paraku üsna tõenäoline. Ehkki selle taga on teadmine, et etteantud töömahu katabki vajadusel ära väiksem arv tudengeid, tekitab see tudengites nende endi sõnul frustratsiooni ega lase neil projekti sisule keskenduda.

*AK3: „Ma olen nõus sellega, et kõrvaleriala tudengid peaksid olema põhieriala tudengitega samas grupis, aga mingil määral ma hästi tajusin seda, et kui mina oleks tahtnud seda ainet võtta prioriteediks, siis paratamatult terve rühm seda ei tee. **Tekib see tunne, et üks panustab rohkem ja teine vähem ja siis ei panusta lõpuks mitte keegi.**“*

Kuna rühmad moodustatakse õppejõudude poolt teadlikult kursusele seatud eesmärkide täitmise nimel ja inimesi osaleb kursusel palju, ei ole õppejõudude sõnul võimalik selles osas ka midagi otseselt ette võtta. Ehkki idee poolest võiks moodustada väiksemad rühmad, kus

kõik inimesed peaksid tööd tegema, ei ole see õppejõudude hinnangul realistlik, sest enama kui kaheksa rühma ja eriilmelise organisatsiooni haldamine käiks kahele õppejõule selgelt üle jõu.

*Õ2: „Sa ei saa teha seda, see on personaalne. See on ikkagi **rätsepaülikondade õmblemine** ja seal nagu kõigile anda väärilist tagasisidet ja nagu hallata seda... see oleks karm. Sinna oleks siis lihtsalt vaja inimesi juurde.“*

Samas ei ole tudengite meelest jätkusuutlik ega aus ka see, et mõni tiimiliige saab tänu teistele oma hinde lihtsamalt kätte. Selle vältimiseks tekkis intervjuu käigus tudengitel idee oma rühmakaaslastele terve kogemuspõhise projekti vältel regulaarselt anonüümset tagasisidet anda.

AK1: „/.../ See on kõige lihtsam. Kas numbritega või kirjutad sõnadega, et meeldis see, et tegi tööd. Alguses oli see, et polnud kättesaadav, kuid hiljem oli, päästis meid ära, mis iganes. See nädal oli halb, järgmine nädal on hea, kokkuvõttes õppejõud vaatab pärast tervet seda grupitööd ja ütleb.“

Niisiis võiks projektil olla ajaraami ja tudengite kompetentsi arvestades konkreetne teostatav eesmärk ning selge tulemus, mis tähendab, et tegemist ei tohiks olla suure analüütilise tööga. Õppejõud peaksid aga tudengite hinnangul vaatama üle selle, kuidas leida tasakaal individuaalsete ja rühmaga tehtavate ülesannete vahel, sest tudengite meelest ei olnud see eelmisel õppeaastal projekti toetav. Organisatsioonid, kes kogemuspõhisesse projekti kaasatakse, peaksid aga meeles pidama seda, et tegemist on õppimise kontekstiga, kus võib vabalt juhtuda ka nii, et tudengite töö ei vasta täies mahus nende seatud ootustele.

4.3.2. Kokkulepped kogemuspõhise projekti sisus

Siis, kui tudengitiimid on kokku viidud sobiva profiiliga organisatsioonidega ja ülikoolikontekstist tulenevad võimalused ning piirangud on selged, tuleb omavahel kokku leppida projekti sisus. Selleks, et vältida 2016/17. õppeaastal omavahelises kommunikatsioonis tehtud vigu ja muuta koostöö veel tõhusamaks, keskendun antud alapeatükis kogemuspõhise projekti sisu käsitlevate kokkulepete sõlmimisprotsessile.

Koostööprojekti eesmärgi ja selle välja töötamise osas 2016/17. õppeaastal mingeid ettekirjutisi osapoolte sõnul ei olnud, mistõttu lähenes iga rühm väljavalitud organisatsioonile

isemoodi. Mõned rühmad pöördusid valitud organisatsioonide poole, küsisid otse, millised on nende kommunikatsioonialased vajadused ja valisid nende seast välja kursuse eesmärkidega haakuvad projektid. Teised tegid aga esmalt põhjaliku eeltöö ja pörgatasid tekkinud ideid organisatsioonide esindajatega.

Mõlemal lähenemisel olid tudengite sõnul omad head ja vead. Kui paari intervjueeritava sõnul jõuti tiheda diskussiooni kaudu mõlemale osapoolle sobiva lahenduseni, siis teistel nii hästi ei läinud. Näiteks märkis üks tudengitest, et tudengitiim käis organisatsioonile välja omapoolsed ideed, millega tegeleda tuleks, kuid ei saanud organisatsiooni esindajalt selle kohta adekvaatset tagasisidet. Nii tuli projekti sisu puudutavad otsused vastu võtta täiesti iseseisvalt. Teisalt oli ühe tudengi jaoks kogemus negatiivne ka siis, kui organisatsioonil endal oli kindel soov olemas, kuna soov osutus liialt üldiseks ja jäi seetõttu soiku. Samas ei meeldinud organisatsiooni esindajale ka üliõpilaste endi poolt välja käidud alternatiivsed ideed.

*ST: „Tehti kavad, mis pandi paika. Siis pöördusime nende poole, mis nemad sellest tahaksid, aga nende poolne huvi... **algusest peale nad pigem ei teadnud, mida tahta meilt.** Siis me läksimegi oma teed, tegime seda, mida oskasime, mis tähendab, et **ise panime plaani paika.**“*

Õppejõud arvasid aga, et bakalaureuseastme tudengitele sobib oluliselt rohkem see variant, et organisatsioonil on endal konkreetne soov olemas. Ehkki see seab üliõpilastele teatavad piirangud, annab ta õppejõudude meelest neile ikkagi täitsa hea ettekujutuse tõelisel kommunikatsioonimaastikul toimuvast, kus tulebki aeg-ajalt loovlahenduste kõrval tegeleda ka standardsete ülesannetega.

Õ2: „/.../ Mulle tundub, et need loovprojektid või need loovama lähenemisega, et „näed sa, meil on probleem, lahenda ära“ - see on magistrisse sobivam puhtalt, sest sul on tööriistakastis rohkem kogemust ja rohkem tööriistu.“

Organisatsioonide esindajate hinnangul oleks kõige parem lahendus see, kui tudengitel oleks väike eeltöö tehtud ja nad tuleks kohtumisele omapoolsete ideedega. Teisalt oli mõlema ülikoolivälise organisatsiooni esindaja meelest oluline ka see, et organisatsioonidel endil oleks juba mingid mõtted olemas, kuidas tudengeid rakendada. Mõlema organisatsiooni

esindaja hinnangul oleks kõige optimaalsem lahendus, kus nii tudengid kui organisatsioonid jagaks oma ideid, kuid ülesande lõplik sisu sünniks kolme osapoole – tudengi, õppejõu ja organisatsiooni – ühise arutelu tulemusena.

ORG1: „Ja see on nagu väga hea variant, kui sul on ettevõttele ka öelda, et me nägime selliseid-selliseid kitsaskohti ja me peaksime nüüd tegema valiku, millega edasi minna, et see aine nagu ei kätke kõike, et sa ei jõua ju kogu ettevõtte kommunikatsiooni läbi analüüsida, et ma arvan, et ikka sedapidi.“

PS: „Või kasvõi vaatab üle oma teadjama pilguga, et kui see organisatsioon toob välja, et neil oleks vaja teha seda-seda-seda, siis see inimene oskab paremini öelda, võrreldes tudengiga, et kas see ülesanne võiks kommunikatsioonialane olla või kas see ülesanne on saavutatav või mida iganes. Siis ta oskab nagu tagasisidestada seda organisatsiooni ja koos leiavadki, et okei, siin on kaks ülesannet mis võiksid käia ja siis leiame tudengid.“

Soovi jõuda lahenduseni kõigi kolme osapoolega koostöös põhjendas ORG2 sellega, et eelmine kord jäi talle kogu ülesande eesmärk ja õppejõu motiiv arusaamatuks. See mõjus omakorda pärssivalt koostöö kvaliteedile. Kolme osapoole kaasamine arutlusprotsessi annaks tema meelest projektile parema ja kõigile osapooltele sobivama stardipositsiooni. Nii märkis ORG2, et sobivas sisus kokkuleppimiseks on oluline jälgida seda, et ülesandepüstitus oleks selle eesmärkidega kooskõlas. Tõik, et tudengid otsisid 2016/17. õppeaastal kommunikatsioonialase ülesande asemel kommunikatsioonialast probleemi, seadis tema meelest projekti sisule ebavajalikult suured piirangud ning andis kogule projektile vale eelhäälestuse.

ORG2: „Järgmine kord ma läheks õppejõu juurde ja küsiks, mis on selle asja point, miks me seda teeme.“

ORG2: „/.../ Meie andsime neile lõpuks probleemi, mis ei olnud nii väga kommunikatsiooniga seotud, aga kui nad oleksid öelnud, et andke meile kommunikatsioonialane ülesanne, siis ma oleks võinud anda kas sellise mingi ühe suure projekti või öelda, et okei, meil on kaks kuud järjest nagu kümme üritust nädalas, pange täiega. Et kõikidele see sama asi.“

Niisiis meeldiks osapooltele kõige enam see, kui kogemuspõhise projekti sisulised kokkulepped sünniks kõigi kolme osapoole – õppejõu, tudengi ning ülikoolivälise koostööpartneri – ühise arutelu tulemusena. Nii saab olla kindel selles, et projekti sisu on kooskõlas selle eesmärkidega ja osapooled saavad üksteisest aru.

4.3.3. Kokkulepped kogemuspõhise projekti reeglites

Lisaks ülesande sisus kokkuleppimisele tuleks osapoolte sõnul kokku leppida ka teatud reeglites, mida projekti käigus järgida. Kui tudengitele seadis juba eelmisel korral teatud raamid ülikoolikontekst ja tõsiasi, et nad toimetavad õppejõudude valvsa silma all, siis ülikoolivälistele organisatsioonidele osapoolte osas mingeid universaalseid reegleid paika ei pandud. See oli aga nii tudengite kui ka õppejõudude meelest vale, kuna tudengitiimi näol on tegemist viie inimesega, kes on valmis oma aega konkreetsele organisatsioonile pühendama, mistõttu on elementaarne ka see, et sama teeb organisatsioon.

Õ1: „Tegelikult on see ju tasuta töö, ja suur töö ikkagi, sest meil on viiesed rühmad. Viis inimest töötab nagu kommunikatsioonispetsi rollis organisatsiooni heaks. Mitte nüüd küll täiskoormusega, aga ikkagi. Siis võiks olla, nagu... tulla ikkagi kohale.“

Selliste reeglite all pidasid osapooled silmas näiteks organisatsiooni esindaja valmidust tudengitele projekti algusjärgus organisatsiooni tegevusvaldkonda ja sisemaailma tutvustada ning projekti vältel regulaarselt kohtuda. Kusjuures just regulaarsed põhjalikud silmast silma kohtumised võisid ORG1 sõnul olla ka üheks põhjuseks, miks omavaheline koostöö sujus. Nimelt olid tema sõnul tudengid kohtumisteks alati põhjalikult ette valmistunud, kohtumised sisukad ja täpselt nii pikad kui tarvis.

ORG1: „Väga hästi oli see grupidöö ette valmistatud, ei olnud sellist, et noh, „tulen siia ja lihtsalt käin ära, saan linnukese kirja, et kohtumine tehtud“. Meil ikka läks poolteist tundi või isegi rohkem, et nad nii kaua kuni nad... neil oli üks selline või kaks sellist liidri moodi, kes seda siis nagu hoidsid kogu aeg, et „sina valmistasid selle, tutvusta seda,“ et see oli nagu hästi.“

Soovi regulaarselt kohtuda väljendasid ka tudengid, kelle meelest võiks teatud arv organisatsiooni ja tudengite vahelisi kohtumisi olla lausa kohustuslikud ja näiteks pildimaterjali kasutamise abil tõendatud. Samuti võiks organisatsioonide esindajad

õppejõudude hinnangul vähemalt kahel auditoorsel kohtumisel osaleda: korra siis, kui nad on välja valitud, ja korra siis, kui toimub lõputööde kaitsmine.

AK1: /.../ Ma just mõtlengi, et seal võib-olla tuleb leida hästi palju aspekte, mis on väikesed ja tobedad, ent on kohustuslikud, et koostöö sujuks. Et see ongi kohal käimine, tehke grupipilt, kus te olete kõik kohal.“

Peale selle, et auditoorsetel kohtumistel osalemine soodustab edukat koostööd, annab see organisatsioonide esindajaile võimaluse näha, milliste kommunikatsioonialaste väljakutsetega teised organisatsioonid silmitsi seisavad ning õppida nende kogemusest. Seda ka juhul, kui tegemist on mõnes täiesti teises valdkonnas tegutseva organisatsiooniga – õppejõudude meelest on õppemoment ka sellistel puhkudel alati olemas. Kohtumistel osalemise nõue meeldis ka intervjueeritud organisatsioonide esindajatele, kelle meelest on tihedam koostöö ülikooliga igati teretulnud ning võimalus tutvuda teiste samalaadsete projektidega atraktiivne.

Rääkides tihedamast koostööst ülikooliga tõusis ülikooliväliste organisatsioonide esindajate puhul selgelt esile soov teha koostööd just projekti ülikooli poolt koordineerivate inimestega. Sellele viitasid mõlema ülikoolivälise organisatsiooni esindajad muuhulgas ka edasiste koostöövõimaluste valguses. Näiteks ORG2 otsis projekti toimumise ajal parajasti kommunikatsiooniga tegelevat inimest ja oleks hea meelega ühe tubli tudengi palganud, kuid kuna koostöö ei täitnud tema ootusi, jäi see sinnapaika. Ka ORG1 sõnul oleks nad olnud valmis mõne tudengi, kes koostöö raames tehtud projekti semestri lõppedes ellu viiks, omale tööle võtma. Tudengite palkamine jäi aga ORG1 sõnul vaatamata sellele, et nad olid tudengitele vastava võimaluse andnud, mingil põhjusel soiku. Sellest tulenevalt leidis ta, et ülikool võiks omalt poolt sellist koostööd mingil kujul soodustada – näiteks projekti planeerides neilt tagasihoidlikult edasiste koostöövõimaluste ja sellega seotud tasustamisvariantide kohta uurida.

Samuti olid tudengid nõus mõttega, et ülikool võiks omalt poolt projektidesse ka nende toimumise perioodil rohkem panustada. Näiteks pakkus üks tudengitest, et igale rühmale tuleks määrata mentor, näiteks magistrant, kes konsulteeriks tudengeid projekti vältel ja annaks neile märku, kui viimased valele teele satuvad.

Kommunikatsiooni lihtsuse mõttes võiks ülikooliväliste organisatsioonide esindajate sõnul olla olemas üks konkreetne inimene, kes kahe osapoole vahelist koostööd koordineerib. Näiteks ORG1 nentis, et projekti vältel kohtusid nad küll erinevate tiimiliikmetega, ent pidevalt olid nad ühenduses vaid ühe tiimiliikmega – tema meelest oli selline lahendus lihtsam.

Kui eelmisel korral ülikoolivälisele koostööpartnerile otseselt mingeid reegleid ei sätestatud, siis nüüd võiks koostöö õnnestumiseks osapoolte hinnangul kokku leppida lihtsates reeglites. Näiteks võiks ülikooliväline organisatsioon olla valmis oma tegevusvaldkonda tutvustama, tudengitega regulaarselt kohtuma ja vähemalt kahel auditoorsel kohtumisel osalema. Samas peaks omavahelise kommunikatsiooni tõhustamiseks andma oma panuse ka tudengid ja õppejõud, näiteks tiimide esindajate ehk projektijuhtide valimise, mentorirolli loomise ning põhjalikult ettevalmistatud kohtumiste organiseerimise näol.

5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Käesolevas peatükis viin omavahel ühiste joonte leidmise eesmärgil kokku olulisemad tulemused ning nendega haakuvad teoreetilised ja empiirilised tähelepanekud nii kogemuspõhiste õppemeetodite kasutuspraktikaid, osapoolte eesmäärke, ülikooliväliste organisatsioonide valiku- ja kaasamisprotsessi kui ka projekti sisu ja ülesehitust silmas pidades. Peatüki ülesehitus on inspireeritud uurimisküsimustest, ent olen suurema sidususe loomise nimel mõned algselt eraldiseisvad aspektid omavahel sidunud. Viimaks vaatan tagasi tehtud tööle, annan mõned praktilised nõuanded ning analüüsin käesoleva uuringu puudusi.

5.1. Kogemuspõhine õpe kommunikatsioonimaastikul

Üheks esimeseks ja olulisemaks nüansiks, millele koostööprojekti planeerides tähelepanu pöörata, on arusaadaval kombel teatud eesmärgid, mida osapooled püüavad saavutada. Antud juhul on ühelt poolt tarvis arvestada ülikooli ehk õppejõudude ning tudengite ja teisalt ülikooliväliste organisatsioonide motiividega.

Ülikooli peamine eesmärk kogemuspõhise projekti juures on soov valmistada eeskätt ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala teise kursuse tudengid ette edukaks toimetulekuks tööturul. See kätkeb endas võimalust näha, mida erisuguste klientide ja koostööpartneritega ühise eesmärgi nimel töötamine endast kujutab, kommunikatsioonipraktiku peamiste tööülesannetega tutvumist ning erialase kontaktvõrgustiku loomist. Laiemalt aitab kogemuspõhine õpe kaasa aga kommunikatsioonipraktikule tarvilike võtmeoskuste väljakujunemisele ja oskusele teda ümbritsevat sotsiaalset konteksti mõista (Benecke ja Bezuidenhout, 2011). Kuna kommunikatsioonipraktiku vastutusalasse kuuluvate ülesannete spekter on väga lai (Johansson ja Larsson, 2015), pole seda kolmeaastase ülikooliõppe puhul võimalik täielikult katta. Nimelt peavad tulevased kommunikatsioonipraktikud täitma igasuguseid erinevaid rolle, mille võib Johanssoni ja Larssoni (2015) järgi jagada vastavalt erinevatele funktsioonidele lausa viieks suuremaks kategooriaks. Sestap on ka Schoenberger-Orgad ja Spiller (2014) märkinud, et ülikoolid peaksid keskenduma just tudengite analüütilise kriitilise mõtlemise arendamisele, mitte niivõrd konkreetsete töövõtete omandamisele, mis annaks neile suutlikkuse läheneda kriitiliselt, konstruktiivselt ja loominguliselt kõigile

ülesannetele, millega nad oma töös silmitsi peavad seisma. Sama lähenemise on võtnud ka empiirilise uuringu tarbeks intervjueritud õppejõud, kelle sõnul ei olegi see, missugust ülesannet tudengid projekti raames täidavad, kõige olulisem, sest kommunikatsioonitööks on vaja igasuguseid oskusi. Tähtsam on siinkohal võimekus olukorraga kohanduda ja vaatamata väljakutsele sellele kaalutletud lahendus leida.

Ka tudengid ise leiavad, et praktiliste ülesannete lülitamine kommunikatsiooniõppesse on kogemuspõhise õppe kontekstis väärtuslik. Näiteks jäid ühe uuringu alusel tudengid, kes õppetöö raames ülikooli kommunikatsiooniüksusega projektipõhist koostööd tegid, tulemusega väga rahule ainuüksi seetõttu, et said oma tegevusega kedagi reaalselt aidata (Childers ja Levenshus, 2016). Sama taotlevad kõnealuse õppeainega ka Tartu Ülikooli õppejõud, kellel see 2016/17. õppeaastal tudengite tagasisidele tuginedes ka õnnestus („Praktilise suhtekorralduse“ tagasiside, 2016). Ehkki Tartu Ülikooli näol ei olegi tegemist rakendusliku kõrgkooliga, hindavad Eesti tudengid praktiliste kogemuste hankimise võimalust üsna kõrgelt. See paistis lisaks käesoleva töö uurimistulemustele välja ka 2011. aastal Eestis läbi viidud uuringus, milles püüti selgitada töötamise fenomeni kõrghariduses, mis on eriti asjakohane just sotsiaalteaduste valdkonnas (Mägi jt, 2011). Uuringu tulemusena selgus, et ülikooli kõrvalt töötamine loob tudengile turvatunde, mis on seotud sooviga omandada iseseisvus, teatud tasemele vastav elustandard ning konkurentsieelis praktilise kogemusega tudengite ees (Mägi jt, 2011: 59). Ehkki õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) raames tehtavat kogemuspõhist projekti klassikalise töösuhtena käsitleda ei saa, aitab see kaasa erialase kontaktvõrgustiku loomisele ning muudab tudengite sisenemise tööturule sujuvamaks.

Ülikooliväliste organisatsioonide jaoks on projektis osalemise motiivide seisukohalt tähtsal kohal võimalus lahendada ära need kommunikatsioonialased küsimused, mille jaoks endal oskusi napib või põhitöö kõrvalt aega ei ole. Ka näevad organisatsioonide esindajad selles head võimalust kasutada nii-öelda tasuta tööjõuna inimesi, kes on küll alles tudengid, ent kellel on olemas valdkonnaspetsiifilised teadmised, kes tegutsevad professionaalide silme all ning pakuvad oma oskuslikku ressursi täiesti tasuta. Lisaks sellele võib projekt õnnestumise korral olla ülikooliväliste organisatsioonide esindajate sõnul aluseks püsivamale koostööle. Kui varasemalt kujutati suhtekorraldust massimeedias pisut salapärase ja ebaeetilise, siis nüüd on Ames (2010: 168) kohaselt olukord paranemas. Sestap tundub reaalne ka

intervjueeritud õppejõudude ettekujutus, et mõne aasta pärast pöörduvad sõna levimise tulemusena organisatsioonid kommunikatsioonialase koostöö tegemise nimel ise ülikooli poole.

5.2. Ülikooliväliste organisatsioonide valiku- ja kaasamisprotsess

Töö empiirilises osas läbi viidud uuringu tulemusena ilmnes, et kõigile osapooltele meeldiks see, kui esimese kontakti looks ülikooliväliste organisatsioonidega tudengitiimide asemel õppejõud. Nende ülesandeks jääks kindlaks teha ka see, kas organisatsiooni profiil on projektis osalemiseks sobiv ja kas organisatsioon on valmis tudengid vastu võtma ning neile osa oma ajast pühendama. Optimaalseim lahendus oleks seejuures organisatsioonide kohustus osaleda vähemalt kahel auditoorsel kohtumisel, esimesel ja viimasel, ning teatud hulgal jooksvatel kohtumistel tudengitega, mida mingil moel hiljem ka tõendada. Sellest veel olulisem on organisatsioonidega suheldes aga välja selgitada tõik, kas organisatsiooni liikmetel on olemas ettekujutus kommunikatsioonivaldkonnast, reaalne vajadus sellise kompetentsiga tudengite järele ning oskus nende teadmisi oma organisatsiooni töösse lülitada.

Oskus kommunikatsioonile spetsialiseerunud tudengite kompetentsi ära kasutada on kommunikatsiooni mõiste ja tähenduse laialivalguvust silmas pidades mõistagi väljakutsuv. Tänapäeval kasutatakse laialdaselt just „suhtekorralduse“ mõistet, mis on eelmise sajandi lõpukümnendist pärit mõistena tegelikult juba üsna aegunud (Hamburg, 2016) ning kannab endas varjundit, mis kommunikatsioonipraktiku tööd tegelikult ei iseloomusta. Ehkki strateegiline kommunikatsioon on midagi, millega organisatsioonid alati ise tegelema peaks (Saksakulm Tampere, 2005), peetakse ka tänapäeval teisejärguliseks või seostatakse seda vaid väga konkreetse tegevustega, milleks on enamasti suhted organisatsiooni väliste osapooltega. Tegelikult on organisatsioonis sama tähtis roll sisemistele osapooltele suunatud kommunikatsioonil (Stegäroiu ja Talal, 2014), mis on eriti relevantne õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ kontekstis, kus õppejõud suurte strateegiliste väliskommunikatsiooni alaste projektide käsilevõtmist ei soosi.

Eeldusel, et organisatsioonil on olemas reaalne kommunikatsioonivajadus ja oskus seda kas iseseisvalt või ühise arutelu tulemusena sõnastada, võiks siinkohal paralleele tõmmata agentuuri suhetega selle klientidega. Veidi äärmuslikumaks näiteks on siin Ameerika

Ühendriikide ülikoolides levinud tudengitest moodustunud kommunikatsioonibürood, mille erisuseks tavapärastest eraettevõtetest on peamiselt tõik, et tööd tehakse tasuta ja õppejõudude järelvalve all (Maben ja Whitson, 2013). Just sellise suhte poole püüdlevad ka õppeainet „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) eest vedavad õppejõud, kelle hinnangul võikski tudengitiimid moodustada justkui projektipõhised kommunikatsioonibürood, võtta vastutuse ning midagi reaalse kliendi jaoks ära teha. Eriti head eeldused looks osapoolte sõnul tulemuslikuks koostööks see, kui ühte tiimi koonduks sarnaste huvidega üliõpilased ning iga tiimi eesotsas oleks kas õppejõud või magistrant, kes asjal silma peal hoiaks ja vajadusel sekkuks.

5.3. Kogemuspõhise projekti sisu ja ülesehitus

Lisaks eesmärkidele tuleks sellist projekti planeerides arvestada kontekstist tulenevate võimaluste ja piirangutega. Antud juhul on oluline tähele panna, et projekt viiakse läbi ülikooli kontekstis ühe õppeaine raames ühe semestri vältel ehk konkreetses ajaraamis, mis seab juba iseenesest piirangud projektina tehtava ülesande sisule.

Ehkki võrdlesin eelmises alapeatükis antud koostöövormi klassikalise agentuuri ja kliendi suhtega ning tõin selle pinnalt asjakohase näite ka Ameerika Ühendriikide ülikoolidest (Maben ja Whitson, 2013), ei tohi ära unustada fakti, et tegemist on eriala omandavate tudengite, mitte valdkonna professionaalidega. See tähendab aga kohustust arvestada sellega, et üliõpilastel ei pruugi olla oskuslikku ressursi iga kommunikatsioonialase väljakutse jaoks, millega ülikooliväline organisatsioon silmitsi seisab. Näiteks tuleks antud kogemuspõhise projekti raames võimalusel vältida igasuguste pikaajaliste kommunikatsioonistrateegiate loomist ja laiahaardelisi analüüse, mis tegelikult kommunikatsioonipraktikute ülesannete spektrit tavapärases praktikas tihti iseloomustavad (Johansson ja Larsson, 2015). Tõika, et tegemist ei ole oma ala professionaalidega, tuleb mõistagi arvestada ka väiksemamahuliste projektide puhul. Nimelt on vaatamata kõigele tegemist ikkagi õppimise kontekstiga, mis tähendab, et tudengil on õigus teha vigu ning nendest tulevikus õppida. Et projektipõhine koostöö on tugevalt seotud ka ülikooliväliste organisatsioonidega, keda ei saa alt vedada, võiks koostöös valmiv projekt olla nii konkreetselt sõnastatud kui võimalik.

Tudengite vähese kogemuse ja piiratud teoreetilised teadmised esimestel ülikooliaastatel tõid kogemuspõhist õpet takistavate teguritena välja ka Benecke ja Bezuidenhout (2011). Samuti

juhtisid nad tähelepanu kursusel osalevate tudengite suurt arvu ning finants- ning inimressurssi puudutavatele piirangutele (Benecke ja Bezuidenshout, 2011), millele viitasid ka käesoleva töö empiirilise uuringu raames intervjueeritud õppejõud. Kuna õppeaines „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) osaleb iga-aastaselt suhteliselt suur arv tudengeid nii ajakirjanduse ja kommunikatsiooni erialalt kui ka mujalt, seisavad õppejõud ka siin silmitsi piirangutega rühmade suuruste osas. Ehkki viie- ja enamaliikmelised rühmad ei ole ühe väiksemahulise projekti juures töötamisel nii efektiivsed kui ideaalis võiks olla, pole enam kui kaheksa-üheksa projekti haldamine paralleelselt kahe õppejõu kohta võimalik ning nõuaks järele rohkemate inimeste kaasamist kursuse korralduslikku poolde.

Samas on ilmselge, et suuremad rühmad valmistavad kõikidele osapooltele teatavat peavalu, kuna osadel tudengitel on sellisel juhul võimalik projekti omalt poolt vähem panustada ilma, et projekt ise selle all kannataks. Küll aga vaatavad sellele viltu rühmatöökaaslased, kelle meelest ei ole selline tööülesannete jaotus õiglane. Kui õppejõudude meelest võiks selliseid rühmatöökaaslast motiveerida tõik, et nad töötavad koos inimestega, kes on tulevikus nende potentsiaalsed kolleegid või ülemused ning see on nende võimalus sotsiaalset kapitali teenida, siis tudengite hinnangul ainuüksi sellest ei piisa. Nende sõnul võiks laisemate tudengite motiveerimiseks tuua õppeainesse uue tagasisidesüsteemi, mille raames peaks iga rühmaliige iga paari nädala tagant oma kursuseklaasastele anonüümselt tagasisidet andma, et õppejõud saaks seda hiljem hindamisel arvestada.

Projekti õnnestumise üheks keskseks komponendiks tuleb pidada ka osapoolte vahelist toimivat kommunikatsiooni, millest saab esimese suurema aimduse hetkel, mil projekti raames tehtava ülesande sisus kokku hakatakse leppima. Kui Childers ja Levenshus (2016) keskendusid projektipõhisele koostööle, mille eesmärgi pani ühepoolselt paika tudengid värvanud kommunikatsiooniüksus, siis käesoleva töö tulemusena ilmnes, et osapooltele meeldiks enim variant, kus nii organisatsioon kui ka tudengitest moodustunud tiim pakuks välja oma variandi, mida projekti raames korda võiks saata. Lõpliku otsuse võiks langetada aga kolme osapoole – tudengitiimi, ülikooli esindaja ja organisatsiooni esindaja – ühise arutelu tulemusena. Võtmemärksõnaks on siin just ülikooli esindaja kaasamine, kes võiks olla kas õppejõud või konkreetsele tudengirühmale mentoriks määratud magistrant, sest just nii jõutaks kõigile osapooltele sobiva lahenduseni küsimuses, millele on keeruline

standardiseeritud valikuvariante ette anda. Ka võiks ülikooli esindaja kui mentor hoida enda rühmal projekti vältel silma peal, et vajadusel tudengeid assisteerida.

Kuna antud projekti juures on algne initsiatiiv selgelt ülikoolil, peab ülikool hoolitsema selle eest, et sisend oleks osapooltele üheselt mõistetav ning kataks ära teemad, millega kõige enam segadust võiks tekkida. 2016/17. õppeaastal kogetu näitas, et ülesandepüstitus pidanuks olema selgem ja laiahaardelisem, kuna praegu keskendused tudengid kommunikatsioonialase ülesande otsimise asemel suuresti just kommunikatiivse probleemi leidmisele. See seadis aga organisatsioonide esindajad suhteliselt kitsastesse raamidesse ega aidanud kaasa sobiva kommunikatsioonialase ülesande püstitamisele.

5.4. Autori soovitused

Bakalaureusetöö tulemusena ilmnes, et kõik kolm osapoolt – ülikool, tudengid ja ülikoolivälised organisatsioonid – leiavad, et ülikooliväliste organisatsioonide kaasamine kommunikatsiooniõppesse õppeaines „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) on proovitud vormis kasulik, vajalik ning olemasolevate vahenditega üsna lihtsasti teostatav. Ühtlasi oli kõigil osapooltel mitmeid minu hinnangul realistlikke ideid, kuidas sellist projektipõhist koostööd veelgi tõhusamaks muuta.

Kuna bakalaureusetöö praktiline väljund on kogum soovitusi, mida rakendada õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) planeerimisel ja läbiviimisel, jagan soovitusi eeskätt seda konkreetset õppeainet silmas pidades, kuid usun, et paljud antud näpunäited on rakendatavad ka laiemalt. Soovituste nimekiri on üles ehitatud loogika alusel, et esmalt tuleb üle vaadata õppeaine korralduslik pool ehk ülikoolisisesed teemad, pärast mida on võimalik keskenduda koostööpartnerite valiku- ja kaasamisprotsessile ning alles seejärel konkreetsematele sisulistele kokkulepetele.

Esmalt tuleb üle vaadata kursuse tehniline ülesehitus ehk mõelda tuginedes õppeaine väljunditele selle raames tehtavatele ülesannetele, nende omavahelisele kooskõlale ja ülikooli rollile tudengite motiveerimisel. Sellest tulenevalt on soovitusel järgmised:

- **kursus võiks kodutööde olemusest lähtuvalt jaguneda kaheks nii, et esmalt oleks fookuses individuaalsed kodutööd ning hiljem kõnealune kogemuspõhine projekt,** kuna see jäi 2016/17. õppeaastal individuaalsete tööde tõttu aeg-ajalt pisut tagaplaanile

ning pärssis tudengite sõnul sujuvat kommunikatsiooni ülikoolivälise organisatsiooniga;

- **kogemuspõhise projekti ülesandepüstitus võiks keskenduda kommunikatsioonialasele ülesandele, mitte probleemile, ning olla üheselt mõistetav**, et vältida potentsiaalseid väärarusaamisi;
- **õppejõud võiksid tudengid tiimidesse jagada oma äranägemise järgi nii nagu möödunud korral, kuid jälgida seejuures tudengite huve**, sest siis on suurem tõenäosus, et tudeng satub koostööd tegema organisatsiooniga, mille vastu ta siiralt huvi tunneb, ning on seetõttu ka rohkem motiveeritud;
- **kursusel osalevad magistrandid võiks projektipõhises koostöös võtta mentori rolli** ning hoida enda vastutusalasse kuuluva tiimi tegevustel silma peal, kuid sekkuda vaid äärmisel vajadusel nõuandva osapoolena;
- **tiimliikmed võiksid üksteise tegevusele regulaarselt anonüümselt kirjalikku tagasisidet anda**, et kõik oleksid motiveeritud projekti panustama ning õppejõududel oleks kursuse lõpus tudengite panust lihtsam hinnata.

Kui kursuse ülesehituses on muudatused tehtud, tuleks mõelda sobivate partnerite leidmisele. Kui 2016/17. õppeaastal sõlmiti kokkulepped ka mõne sellise organisatsiooniga, kes polnud selleks sisemiselt motiveeritud, ei tunnetanud kommunikatsiooni tähendust ja rolli adekvaatselt või polnud mõnel muul põhjusel selleks sobivad, siis nüüd on võimalik saadud kogemusest õppida ja tehtud vigu vältida. Nii esitan sobivate ülikooliväliste organisatsioonide profiilidele mõeldes järgmised nõuanded:

- **sobival organisatsioonil ei tohiks olla palgal kommunikatsiooni- või turundusalaste küsimustega tegelevat inimest**, kuna sellise koostöövormi jaoks on aeg ja koht juba ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekavas kohustusliku praktika kujul olemas;
- **sobival organisatsioonil võiks olla tugev identiteet ja organisatsioonikultuur**, tänu millele oleks viimane võimeline üliõpilased organisatsiooni sisemistele protsessidele ligi laskma;

- **sobival organisatsioonil võiks olla ettekujutus kommunikatsiooni tähendusest, tähtsusest ja rollis organisatsioonis**, kuna kitsa ajaraami tõttu pole tudengid positsioonis, kus tegeleda veenmistööga;
- **sobival organisatsioonil võiks olla motivatsioon kogemusepõhisesse projekti panustada** ehk tudengitele organisatsiooni tegevusvaldkonda tutvustada, regulaarsetel koosolekutel ning kahel auditoorsel kohtumisel osaleda;
- **sobiv organisatsioon võiks tegutseda Tartus**, kuna vastasel korral võib silmast silma kohtumiste organiseerimine keeruliseks osutuda.

Eelmainitud nõuannetele tuginedes on õppejõududel aeg tegeleda sobivate ülikooliväliste organisatsioonide otsimise ning nendega kontakteerumisega. Inspireerituna 2016/17. õppeaastal kogetust annan organisatsioonide kaasamisprotsessi osas järgmised soovitud:

- **sobivate koostööpartnerite leidmisega võiks tegeleda õppejõud**, sest see aitab vältida olukorda, kus sõlmitakse kokkulepped organisatsioonidega, kes ei vasta eeltoodud kriteeriumidele või ei vaja kommunikatsioonitudengite ressursi;
- **2017/18. õppeaasta eel võiks esimesed kokkulepped sõlmida maksimaalselt viie organisatsiooniga**, et vältida olukorda, kus tuleb kokkulepetest taganeda või tudengite tungival soovil mõne teistsuguse organisatsiooni kaasamisest loobuda;
- **koostööpartneritel võiks olla võimalus omal initsiatiivil ülikooli poole pöörduda**, et vältida olukorda, kus pääsevad lõögile vaid need, kel on ülikoolis õppejõudude või tudengite näol tutvusi;
- **avalik üleskutse võiks olla atraktiivne**, kuna ülikooliväliseid organisatsioone kõnetab koostöö puhul just tudengite võimekus asju värske pilguga hinnata ja organisatsioonid on spektilised ülikooli võimekuse osas ajaga kaasas käia.

Kui sobivad koostööpartnerid on leitud ja esimene kontakt nendega saavutatud, tuleb sõlmida konkreetsed sisulised kokkulepped, mis annaks osapooltele edukaks koostööks soodsa stardipositsiooni. Siin soovitan lähtuda järgmistest põhimõtetest:

- **konkreetsemate kokkulepete sõlmimise juures võiks viibida kõik kolm osapoolt** – tudengitiim, ülikooli esindaja (õppejõud või mentori rollis magistrant) ja ülikoolivälise organisatsiooni esindaja või esindajad, kuna see muudab projekti osapoolte jaoks tõsiseltvõetavamaks ja aitab vältida potentsiaalseid möödarääkimisi;
- **organisatsioonil võiks olla olemas ettekujutus võimalikust kogemuspõhise projekti raames tehtavast ülesandest, kuid lõpliku lahenduseni võiks jõuda kolme osapoolle ühise arutelu tulemusena;**
- **projekti eesmärk võiks olla nii konkreetne kui võimalik**, sest see peab mahtuma üsna kitsasse ajaraami ning omama konkreetset tulemust;
- **projekt võiks olla vastavuses tudengite võimetega**, et vältida tudengite tarbetut stressi ja võimalust, et ülikooliväline koostööpartner pettub – antud õppeaine raames tehtav kogemuspõhine projekt ei ole koht suurteks strateegilisteks või analüütilisteks projektideks;
- **mõlemad osapooled võiksid määrata esindajad ehk projektijuhid**, kes üksteisega terve projekti toimumise vältel kontaktis oleksid;
- **ülikooli esindaja võiks ülikoolivälise organisatsiooni esindajale tutvustada koostööleppe sõlmimise eel potentsiaalseid ohukohti**, sest ülikooliväline organisatsioon peab õppimise konteksti silmas pidades olema valmis stsenaariumiks, et koostöö saajaprotsendiliselt ei õnnestu;
- **ülikooli esindaja võiks ülikoolivälise organisatsiooni esindajaga kooskõlastada potentsiaalsed projektijärgsed koostöövõimalused**, kuna selgus, et organisatsioonid oleksid huvitatud ka edaspidisest koostööst ja tudengid ei ole sellisteks läbirääkimisteks nende hinnangul valmis.

Ehkki 2016/17. õppeaastal oli kogemuspõhine projekt üldjoontes edukas, joonistus empiirilise uuringu raames tehtud intervjuudest välja terve hulk väiksemaid ja suuremaid nüansse, millele tähelepanu pöörates projekt veel tulemuslikumalt üles ehitada. Reaalselt teostatavatele nüanssidele mõeldes töötasin välja eeltoodud kogumi soovitusi, mida võiks tulevast kursust planeerides ning 2017/18. õppeaastal läbi viies silmas pidada.

5.5. Meetodi kriitika

Käesolevas alapeatükis hindan valimi, andmekogumiseks ja analüüsimisel kasutatud meetodite sobivust ja kitsaskohti ning toon välja peamised töö õppimiskohad.

Töö tarbeks õnnestus mul intervjuuerida mõlemat kursusega seotud õppejõudu, kuid tudengite ja ülikooliväliste organisatsioonide puhul pidin nende paljususe tõttu tegema strateegilise valiku ehk kasutama sihipärast valimit. Tudengite vaatenurga tundmaõppimiseks intervjueerisin kolme ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala tudengit ning kolme üliõpilast, kes õpivad peaerialana midagi muud. Seejuures kõik tegelesid 2016/17. õppeaastal „Praktilise suhtekorralduses“ erinevate organisatsioonidega, mis andis mulle võimaluse ühe intervjuu käigus katta erineva tausta ja kogemusega tudengite vaatenurgad kogemuspõhisele projektile.

Ülikooliväliste organisatsioonide kogemuse ja soovide tundmaõppimiseks viisin kahe kursusel osalenud organisatsiooni esindajaga läbi individuaalintervjuud. Valimisse võtsin ühe organisatsiooni, kelle kogemus oli õppejõudude hinnangul antud kogemuspõhise projekti raames pigem positiivne, ning ühe organisatsiooni, kellega ei õnnestunud koostöö nii nagu võiks. Kahe erineva kogemusega intervjueeritava kasutamine oli antud ajaraami silmas pidades asjakohane ja kandis minu hinnangul ka vilja. Vajaliku ressursi olemasolul oleks terviklikuma ülevaate saamiseks ja suuremate üldistuste tegemiseks võinud aga vestelda veel mõne organisatsiooni esindajaga, näiteks rühmaintervjuu vormis.

Otsus tudengite ning õppejõudude arusaamade tundmaõppimiseks kasutada andmekogumisel mitmikintervjuusid oli minu meelest relevantne. Paarisintervjuu õppeainega tegelevate õppejõududega andis neile hea võimaluse intervjuu käigus üksteist täiendada ja jooksvalt lahenduseni jõuda ka küsimuste puhul, mille peale nad varem mõelnud ei olnud. Tudengitega läbi viidud rühmaintervjuu läks samuti plaanipäraselt – kuue intervjueeritava vahel tekkis pea kohe sünergia ja elav diskussioon, mille käigus tõstatusid erinevatest vaatenurkadest orgaaniliselt mitmed teemad, milleni intervjuerijana jõuda soovisin. Kuigi jälgisin intervjuerijana seda, et igaüks saaks aeg-ajalt sõna, märkasin hiljem intervjuud transkribeerides mõne intervjueeritava selget domineerimist. See näitab, et jäin intervjuerijana pisut nõrgaks, kuna oleksin pidanud ka kõnevoorude pikkust jälgima.

Poolstruktureeritud intervjuude kasutamine andmekogumismeetodina oli minu arvates töös asjakohane, kuna vestluste käigus tõstasid mõned intervjuueeritavate endi jaoks olulised teemad, millele rangelt struktureeritud intervjuus ruumi poleks olnud. See andis mulle lisaks sisulisele materjalile ülevaate sellest, mida osapooled antud kogemuspõhise koostöövormi juures ise kõige olulisemaks peavad. Tagantjärele mõeldes oleks minu kui uurija töö teinud märksa lihtsamaks ja ajalist raami silmas pidades tulemuslikumaks see, kui oleksin kõigi kolme osapoolle intervjuerimisel võtnud kolme asemel aluseks ühe küsitluskava.

Ühe universaalse, ent suures osas avatud küsimustest koosneva küsitluskava kasutamise korral oleks algaja intervjuerijana olnud lihtsam vestluse käiku suunata ning hiljem andmeid analüüsida. Leian, et kvalitatiivne sisuanalüüs, mille käigus kasutasin esmalt tekstilähedast avatud kodeerimist ning hiljem ka etteantud ja avatud koodide kombinatsiooni, oli kogutud andmete puhul üldjoontes tulemuslik. Samas oleksid andmed paremini võrreldavad olnud juhul, kui oleksin juba andmekogumisel mõelnud konkreetsematele kategooriatele ning kõikide andmete analüüsimisel kasutanud üht kindlat teooriale tuginedes välja töötatud kodeerimisskeemi. Ka see olnuks teostatav juhul, kui oleksin andmekogumisel kasutanud üht universaalset küsitluskava.

Samuti tuleb arvesse võtta tõika, et käesoleva bakalaureusetöö juhendaja on samal ajal nii juhtumiuurimuse keskse kursuse vastutav õppejõud, üks intervjuueeritavatest kui ka hindamiskomisjoni liige. Kuna uurimistöö juhendaja on inimene, kellel on võimekus töö käigule kas otseselt ja/või kaudselt mõju avaldada, võib see fakt osutada takistavaks teguriks objektiivse uurimistöö koostamisel. Käesoleva uurimistöö puhul tunnen aga isiklikult, et see teadmine minu tööle mõju ei avaldanud. Nimelt vaatasin uurimistöö koostamise käigus mööda faktist, et neid rolle täidab üks ja sama inimene, hoidsin seda joont ka omavahelises kommunikatsioonis ega tunnetanud ka seda, et õppejõud töö käiku endale soodsas suunas mõjutaks.

KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni ainekavasse kuuluva õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) kogemusele tuginedes välja selgitada, kuidas oleks kogemuspõhise õppe kontekstis võimalik ülikoolivälised organisatsioonid kommunikatsiooniõppesse kaasata viisil, millest võidaks nii tudeng, ülikool kui ka ülikooliväline koostööpartner. Täpsemalt soovisin teada saada, mida osapooled sellise koostöövormi juures oluliseks peavad ning töötada teadmisele tuginedes välja praktilised soovitusel, mida 2017/18. õppeaasta sügisel loetavas õppeaines rakendada.

Töö teoreetilisi ja empiirilisi aluseid käsitlev peatükk jagunes kaheks suuremaks osaks, millest esimeses keskendusin kommunikatsiooni professionaalsetele praktikatele ning teises kogemuspõhisele õppemeetodile. Nii andsin peatüki esimeses pooles ülevaate kommunikatsiooni mõistest, selle tähendusest ja rollist organisatsioonis ning püüdsin kommunikatsioonipraktiku tööülesandeid ka pisut konkreetsemalt mõtestada. Seejärel võtsin fookusesse kogemuspõhise õppe ning sellele omaste meetodite kasutusvõimalused kommunikatsiooniõppes nii Eestis kui ka mujal maailmas.

Ehkki kogemuspõhiste õppemeetodite rakendamist kommunikatsiooniõppes Eesti kontekstis varasemalt uuritud ei ole, on vajadus sellise praktilise suunitlusega õppevormi järele sotsiaalteaduste valdkonna tudengite seas töötamise fenomeni silmas pidades selgelt olemas. Õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ (SOZU.03.171) raames katsetati 2016/17. õppeaastal kogemuspõhisele õppemeetodile omaseid jooni projektipõhise koostöö baasil, kuhu kaasati kaheksa ülikoolivälist organisatsiooni. Kuna koostöövorm üldjoontes toimis, soovisid õppejõud sellega jätkata ka tulevikus.

Selleks, et eelmainitud õppeaine raames tehtud kogemuspõhist projekti tulevikus veelgi parendada, viisin proovitud kogemuspõhise projekti põhjal läbi juhtumiuuringu. Uuringusse kaasasin nii tudengid, õppejõud kui ka kogemuspõhise projekti raames kursusel osalenud ülikooliväliste organisatsioonide esindajad. Kõigi osapooltega tegin poolstruktureeritud intervjuud. Saadud andmeid analüüsisin kvalitatiivse sisuanalüüsi meetodil, mis võimaldas

osapoolte antud vastuseid sarnastel alustel võrrelda ning nende pinnalt välja töötada konkreetsed soovitusel, mida tuleks koostöö edendamiseks järgida.

Ilmnes, et õppeaine näol on tegemist kursusega, millel on mitu funktsiooni. Ühelt poolt valmistab kursus bakalaureuseastme tudengeid ette tööturule sisenemiseks, ent teisalt on kogemuspõhine projekt ülikooliväliste organisatsioonide jaoks aga võimalus tudengid organisatsiooni tööpraktikasse kaasata ja firma jaoks olulistes ja/või uudsetes olukordades proovile panna.

Kogemuspõhise projekti edu alus on kõigi osapoolte motivatsioon ja soov projektile pühenduda, misjärel tuleb tähelepanu pöörata sobiva ülikoolivälise organisatsiooni profiilile ning võimekusele projektis kaasa lüüa. Kui sobivad ülikoolivälised organisatsioonid on leitud, tuleks keskenduda jätkusuutlike partnerlussuhete loomisele ja esimeste kokkulepete sõlmimisele, mille eest võiks tulevikus vastutada õppejõud. Viimaks peaks aga õppeaine konteksti silmas pidades suunama tähelepanu kogemuspõhise projekti sisule ja ülesehitusele, leidma osapooltele sobiva lahenduse ning paika panema mõned üldised projekti käiku ja omavahelist kommunikatsiooni puudutavad reeglid.

Summary

Inclusion of non-university organizations into communication studies in the context of experiential learning

The aim of my bachelor's thesis was to find out how to include non-university organizations into communication studies based on one subject in University of Tartu in the context of experiential learning, that would be beneficial to all three parties involved – students, lecturers and non-university organizations. I set out to come up with practical suggestions that could be used in the future and would improve this kind of co-operative form.

Theoretical and empirical part of this study is divided into two major parts – in the first I focused on professional communication practices and in the second on experiential learning methods. Therefore, the first part of the chapter gives an overview on the definition of communication, its meaning and role in an organization, and the second is focused on implementing experiential learning methods in communication studies in Estonia and other parts of the world.

Although using experiential learning techniques in communication studies have not yet been examined in Estonia, there is definite need for it. It is especially relevant because of the employment numbers of social science students. In the 2016/17 academic year, the subject *Praktiline suhtekorraldus* (Practical Public Relations SOZU.03.171) incorporated features of experiential learning in a project based task, which involved eight non-university organizations. As the experience turned out to be generally positive, the lecturers decided to carry on and use project based task in the future as well.

To further enhance and improve the experiential learning experience in the case of *Praktiline suhtekorraldus*, I conducted semi-structured interviews with the subjects' two lecturers, six students and two organization representatives who were part of the project. I carried out qualitative content analysis to compare the results. Finally, I wrote down several practical recommendations for the lecturers to keep in mind while planning future courses.

I found that the subject and the project based task has many beneficial functions. For example, it is a good way to give students their first practical communication experience and to ease them into the job market. On the other hand, it gives participating organizations the ability to incorporate university students into their firms and use their knowledge for their own benefit.

The main conclusion of my thesis is that all participants need to be truly motivated and ready to commit to the project based task. Secondly, the non-university organizations must match the criteria set earlier by the university and actually be willing to co-operate with the other involved parties. Thirdly, the lecturers should focus on making sustainable partnerships and deals that are in harmony with the participants' initial goals, and set some ground rules that the students and the organizations must follow for the duration of the project.

KIRJANDUSE LOETELU

About Public Relations. *Public Relations Society of America* kodulehekül. Kasutatud 29.04.2017 <http://apps.prsa.org/AboutPRSA/PublicRelationsDefined/>.

Ames, C. (2010). PR Goes to the Movies: The Image of Public Relations Improves from 1996 to 2008. *Public Relations Review*, 36, 164-170.

Benecke, D. R. ja Bezuidenhout, R-M. (2011). Experiential Learning in Public Relations Education in South Africa. *Journal of Communication Management*, 55-69.

Blaikie, N. (2009). *Designing Social Research*. Cambridge: Polity Press.

Cardwell, L. A., Williams, S. ja Pyle, A. (2017). Corporate Public Relations Dynamics: Internal vs. External Stakeholders and the Role of the Practitioner. *Public Relations Review*, 152-162.

Childers, C. C. ja Levenshus, B. A. (2016). Bringing the Digital World to Students: Partnering with the University Communications Office to Provide Social Media Experiential Learning Projects. *Communication Teacher*, 30 (4), 190-194.

Hamburg, H. (2016). Head aega, suhtekorraldus. *Kaja*, 28, 15.

Hawtrey, K. (2007). Using Experiential Learning Techniques. *Journal of Economic Education*, 143-152.

Jacobs, M. A., Yu, W. ja Chavez, R. (2015). The Effect of Internal Communication and Employee Satisfaction on Supply Chain Integration. *International Journal of Production Economics*, 171, 60–70.

Johansson, B. ja Larsson, L. (2015). The Complexity of Public Relations Work. PR Managers in the Public and Private Sector in Sweden. *Noricom Review*, 125-139.

Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. K. Rootalu, V. Kalmus, A. Masso, ja T. Vihalemm (toim). Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 10.03.2017 <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>.

Laherand, M-L. (2010). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: Infotrükk.

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). Intervjuu. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 29.04.2017 <http://samm.ut.ee/intervjuu>.

Maben, S. Ja Whitson, K. (2013). Experiential Learning Labs in Public Relations Programs. *Southwestern Mass Communication Journal*, 1-28.

Men, R. (2014). Strategic Internal Communication: Transformational Leadership, Communication Channels, and Employee Satisfaction. *Management Communication Quarterly*, 28 (2), 264–284.

Mägi, E., Aidla, A., Reino, A., Jaakson, K. ja Kirss, L. (2011). Uuringu „Üliõpilaste töötamise fenomen Eesti kõrghariduses“ lõppraport.

Pipaş, M. D ja Sîrbu, J. (2016). Organizational Communication From the Perspective of Qualitative Analysis. *Quality – Access to Success*, 17, 58–68.

Platen, S. (2015). The Communication Consultant: an Important Translator for Communication. *Journal of Communication Management*, 19 (2), 150-166.

Praktilise suhtekorralduse tagasiside. (2016).

Saini, S. ja Plowman, K. (2008). Effective Communications in Growing Pre-IPO Start-Ups. *Journal of Promotion Management*, 13, 3–4.

Saksakulm Tampere, K. (2005). Suhtekorraldajad suhtekorraldusest Eesti äriettevõtetes. K. Kuusik (Toim). *Praktiline suhtekorraldus: Eesti kogemus* (lk 128–143). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Schoenberger-Orgad, M. ja Spiller, D. (2014). Critical Thinkers and Capable Practitioners: Preparing Public Relations Students for the 21st Century. *Journal of Communication Management*, 210-221.

Stegăroiu, I. ja Talal, M. (2014). The Importance of Developing Internal Communication Strategy. *Valahian Journal of Economic Studies*, (5)1, 63–70.

Symon, G. ja C. Cassell. (2012). *Qualitative Organizational Research. Core Methods and Current Challenges*. London: Sage.

Zoch, L. M., Supa, D. W. ja VanTuyll, D. R. (2014). The Portrayal of Public Relations in the Era of Ivy Lee through the Lens of the New York Times. *Public Relations Review*, 40, 723-732.

Tartu Ülikooli Õppeinfosüsteem. Kasutatud 23.03.2017 www.ois.ut.ee.

TÜ Moodle. Kasutatud 23.03.2017 www.moodle.ut.ee.

Vanatoa, M. (2010). Kommunikatsioonimagistrite roll, positsioon ja töö sisu organisatsioonis. *Bakalaureusetöö*. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

Vihalemm, T. (2014). Fookusgrupi intervjuu. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 07.05.2017 <http://samm.ut.ee/fookusgrupi-intervjuu>.

LISAD

Lisa 1: Küsitluskava õppeaine vastutavatele õppejõududele

1. *Varasem kogemus ülikooliväliste koostööpartneritega õppeaine „Praktiline suhtekorraldus“ raames*
 - 1.1. Millist tüüpi ülikooliväliste osapooltega on tudengid selle õppeaine raames kokku puutunud?
 - 1.2. Palun kirjeldage mõnd olukorda, kus ülikoolivälised partnerid selle õppeaine raames õppetöösse kaasati.
 - 1.3. Kuidas on need ülikoolivälised koostööpartnerid leitud?
 - 1.4. Kuidas on siiani koostööd puudutavate detailide osas kokkuleppele jõutud?
 - 1.5. Mis ajendas neid teie hinnangul ülikooliga koostööd tegema?
 - 1.6. Milline on olnud ülikooliväliste partnerite tagasiside koostööle?
 - 1.7. Kuidas on teie hinnangul koostöö ülikooliväliste partneritega toiminud? Millest on see tingitud?
2. *Õppeaine ülesehitus ja koostöövõimalused*
 - 2.1. Millest on sisulised muudatused õppeaines tingitud?
 - 2.2. Mitu Euroopa ainepunkti uuendatud õppeaine kokku annab?
 - 2.3. Mitme Euroopa ainepunkti jagu võiks iga tudeng sel kursusel oma aega koostööpartneri(te) projekti(de)le eraldada?
3. *Tudengite pädevus lahendamaks praktilisi kommunikatsioonilaseid kaasi*
 - 3.1. Millise eriala ja kursuse tudengitele see õppeaine suunatud on?
 - 3.2. Kui palju on sel kursusel tudengeid kokku?
 - 3.3. Millised praktilised erialased oskused võiksid tudengil sellele õppeainele registreerudes juba olemas olla?
 - 3.4. Millised praktilised erialased oskused kursuse käigus omandatakse?
 - 3.5. Milliste praktiliste teadmiste ja oskustega võiksid sellel kursusel osalevad tudengid teie hinnangul mõne ettevõtte kommunikatsiooni panustada?
4. *Projekti ülesehitus*
 - 4.1. Minu seminaritöö tulemusena selgus, et üks ettevõtte teeks kommunikatsioonitudengitega koostööd eeskätt igapäevastes küsimustes, ent teine eelistaks tudengeid kaasata kommunikatsiooni strateegilisse planeerimisse. Kumb lähenemine teeniks õppeaine eesmäärke teie meelest paremini? Miks?
 - 4.2. Milline võiks olla koostöö juhul, kui idufirma soovib tudengeid kaasata mõnda suuremasse projekti?
 - 4.3. Milline võiks olla koostöö juhul, kui idufirma soovib kommunikatsioonitudengite tuge igapäevaste kommunikatsioonilaste ülesannete täitmisel?
 - 4.4. Milline võiks olla koostöö juhul, kui idufirma soovib kommunikatsioonitudengite kui tulevaste erialaspetsialistide „diagnoosi“ ettevõtte senisele kommunikatsioonile?

Lisa 2: Küsitluskava tudengite fookusgrupile

1. Soojendusülesanne

- 1.1. Kuna te kõik töötasite õppeaine raames erinevate organisatsioonidega, palun võtke paaridesse ja rääkige üksteisele lühidalt projektidest, milles kaasa lõite.

2. Kokkulepete sõlmimine

- 2.1. Kuidas te nende organisatsioonideni jõudsite?
- 2.2. Miks te just nende organisatsioonide kasuks otsustasite?
- 2.3. Kuidas leppisite kokku projekti sisus?

3. Kommunikatsioon

- 3.1. Kuidas te organisatsioonidega projekti vältel ühendust hoidsite?
- 3.2. Kui palju rääkis organisatsioon projekti vältel sisulistes küsimustes kaasa?
- 3.3. Kas ja kui tihti toimus teil organisatsioonidega kokkusaamisi?
- 3.4. Kuidas kommunikatsioon teie hinnangul sujus?

4. Projekti sisu

- 4.1. Milliste kommunikatsioonialaste ülesannetega te tegelesite?
- 4.2. Millised kommunikatsiooniülesanded teile meeldisid? Millised mitte? Miks?

5. Ülesanne

- 5.1. Palun jagage paber mõtteliselt pooleks ja pange enda jaoks märksõnadena ühele poole kirja kõik, mis teile koostööprojekti juures meeldis ja mis võiks kindlasti ka tulevikus samaks jääda ja teisele poole kõik, mis koostööprojekti juures ei meeldinud ja mida võiks tulevikus üks osapooltest ehk paremini või teisiti teha.
- 5.2. Mis te kirja panite? Palun põhjendage.

Lisa 3: Küsitluskava ülikoolivälistele organisatsioonidele

1. Soojendusülesanne

- 1.1. Tegite koostööd 6-liikmelise tudengitiimiga. Kuidas te selleni jõudsite?

2. Koostöö tegemise põhjused ja kokkulepete sõlmimine

- 2.1. Miks otsustasite tudengitega koostööd teha?
- 2.2. Millega tudengid projekti raames tegelesid?
- 2.3. Kuidas sündisid ideed, mida teostada?

3. Organisatsiooni roll projektis

- 3.1. Millist rolli mängisite nende tegevuste juures teie?
- 3.2. Palun kujutage korraks ette, et ma olen ühe väikeettevõtte juht, kes on äsja tudengitega samalaadse kokkuleppe sõlminud ja tahab, et koostöö oleks mõlemale osapooltele nii kasulik kui võimalik. Mida teie kui asja läbi teinud ettevõtte esindaja mulle soovitaksite?

4. Hinnang projektile

- 4.1. Kui jätta kõrvale fakt, et tegemist oli tudengitega, siis kuidas see koostööprojekt teie hinnangul õnnestus? Palun põhjendage.

- 4.2. Mis selle projekti õnnestumise/ebaõnnestumise teie arvates tingis?
- 4.3. Juhul, kui midagi võiks tulevikus olla teisiti, siis mis ja miks?
Juhul, kui pakuksime tulevaste kommunikatsioonispetsialistide abi ka näiteks eeloleval sügisel, siis kas te oleksite huvitatud? Palun põhjendage.
5. *Kommunikatsioonialased vajadused tulevikus*
- 5.1. Milliseid kommunikatsioonialaseid vajadusi te hetkel oma ettevõttes tajute?
- 5.2. Millised kommunikatsioonialased ülesanded te tudengitele usaldaksite? Milliseid mitte?
Miks?

Lisa 4: Transkriptsioon intervjuust õppejõududega

Õ2: Meie oleme Tiiuga tegelikult selle ainega olnud üsna vähe seotud. Mina olin kaks aastat, siis kui (*teine õppejõud*) andis, assistendi rollis ehk siis aitasin seal toimetada, lugesin ise seal mõnda asja, lugesin kodutöid... aga ma enam-vähem tean, mida seal käsitleti ja kuidas seda tehti. Ja nüüd sellel aastal siis me Tiiuga võtsime selle... õigemini Tiiu vastutava õppejõuna/

Õ1: /ikka koos sinuga/

Õ2: /üle. Nii et tegelikult ega meil väga palju praktikat selle ainega ei ole ka.

Aga kas te oskate öelda, kui pikalt seda ainet on loetud?

Õ1: Ma arvan, et aastaid. Ma arvan tõesti, et aastaid.

Õ2: Selle saab järgi vaadata.

Õ1: ÕIS-ist saab järgi vaadata, aga ma arvan, et no vähemalt mingi 6-7 kui mitte rohkem isegi aastat ja ta on natukene olnud sellises õnnetus seisus, et ta on käinud ühe õppejõu käest teise õppejõu kätte, olenevalt sellest, kes siis ülikoolist töölt ära läheb. Ja teda on vahepeal ka sisse ostetud ja see on põhjustanud ka ehk seda tagasisidet, et ei olda selle ainega nii rahul.

Õ2: Siiaamaani on, jah, olnud kriitilisi momente seal.

Okei, aga kas see on peamiseks põhjuseks, miks tahate nagu täitsa muuta selle aine ülesehitust või on asi milleski muus?

Õ1: No eks ta oligi natuke ajendatud sinu sellest suhtlusest tudengitega, Maria/

Õ2: /mhmh/

Õ1: /kus tudengid tegelikult väljendasid oma seda... kuidas nad tunnevad, et kommunikatsiooni poole tudengid on võrreldes ajakirjandustudengitega natuke nagu vaeslapse osas, et õppekavas ei ole sellist nii-öelda suhtekorralduse poole pealt või kommunikatsiooni poolelt nagu sellist (*väljakutsuvat õppeainet*), et/

Õ2: /jaa, just, ütleme, nii palju kui mina rääkisin tudengitega niimoodi üsna informaaalselt, siis ikkagi mis ühest allikast jäi kõrva, on see, et jaa, et neil ajakirjanduse omadel on nagu (*väljakutsuv õppeaine*) ja nad saavad drilli ja nii-öelda päris seda tööd teha, aga kommunikatsioonijuhtimise poolel on vähem seda kõike. Üks põhiline asi oligi, et nad ütlesid, et seda on vähem, kuigi tegelikkuses oli ju. Näiteks

kui (*teine õppejõud*) seda ainet andis, siis tal oli ka hästi palju praktikuid ja kõik oli nii nagu tegelikult peaks üks praktiline aine olema paberil, aga no see oli võib-olla natuke nõrgalt koordineeritud selles mõttes, et kui praktik tuleb, siis ta tahab ikka rääkida nagu sellest, et mis see on ja kogu see missiooni pool ja see a-b-c, aga nagu samas kui sa planeerid kursust, siis see a-b-c käib kohe alguses ära ja sa ei saa nagu selle peale jääda kogu aeg. See on nagu vist praktikute kaasamise juures üks raskemaid asju. See fookuse hoidmine, et „tere, palun tulge meile... noh, põhimõtteliselt nagu üsna heast tahtest esinema“ ja nüüd ma veel ütlen teile, millest te peaksite rääkima ka. Et seda tegelikult on raske koordineerida ja see võtab võhmale ja seda täiel määral ei olegi võimalik teha.

Jaa, arusaadav. Ma saan aru, et juba eelmisel semestril toimusid mingid muudatused seal aines. Millised need muudatused olid?

Õ1: Kõige suurem muudatus oli see, et kontakttundide arvu sai suurendatud: kohtumised toimusid igal reedel neli tundi. Teine suurem muudatus, mida varem pole katsetatud, oli see, et tudengid pidid endale leidma organisatsiooni, kelle kommunikatsiooniprobleeme nad siis lahendama asusid... ja see käis siis läbi terve kursuse, et see oli nagu selline natukene... ma kasutasin ära oma kogemust, mis on magistriõppe aines „Strateegiapraktika“, kus tudengid teevad koostööd organisatsioonidega, kuigi seal on organisatsioonid õppejõudude poolt valitud, aga nüüd jäid siis tudengitele vabad käed.

Õ2: Oi ja see töötas minu meelest väga hästi.

Õ1: Jah, ma olin täitsa üllatunud, sest ma pisut kartsin alguses, kas kõik leiavad endale. Leiti organisatsioonid. Osadega koostöö oli parem, osadega halvem, aga nii elus ongi, et selles suhtes ma ei ole pettunud.

Õ2: Ja siin ongi see, et seekord nad said täiesti ise valida, aga kui mõelda sellest nagu koordineeritud koostööst ettevõtetega, siis võib ju olla ka nii, et need, kellel on kohe võtta keegi, kellega kohe minna tegema mingisuguseid kommunikatsioonitegevusi, et neil on „jee“ ja võtke need, need väikesed MTÜ-d ja ökopood ja mis meil kõik olid. Aga tõepoolest, et võib juhtuda, et mõnel grupil ei olegi... ja siis oleks hea täpselt, kui oleksid olemas juba sellised organisatsioonid, mis kindlasti vajavad midagi, mingeid konkreetseid asju.

Õ1: Selles suhtes saab pakkuda ja mõelda, et kuidas neid siis jagada, et kes... selles suhtes, et kui teha head kommunikatsioonitööd, siis see valdkond peab ka sind huvitama, et kui tegelt, noh, miks mitte, kui meil oleks olemas nagu paar-kolm omalt poolt pakkuda ja siis ülejäänud otsivad ise, et see oleks tegelt vahva.

Õ2: Jah.

Arvate, et võiks olla juba mingi eelnev kokkulepe olemas mingite firmadega?

Õ1: Jah, ja siis ongi. Nagu selles suhtes eelnevale kokkuleppele tuleb mõelda, et kuidas need rühmad ei sattuks ebavõrdsesse seisusse. Aga kui organisatsioon juba teadvustab, et mingi mure on, mida ilmselt saab kommunikatsiooniga lahendada, siis no tudengite elu läheb ka natuke lihtsamaks. Selliseid organisatsioone võiks välja pakkuda kui privileege, kas mingi loosiga jagada või... et keegi ennast halvasti ei tunneks või et on nagu kõrvale jäetud.

Aga kuidas tudengitel see organisatsioonide leidmine õnnestus? Kas te seda ka uurisite, millise või kust nad need organisatsioonid leidsid üldse?

Õ1: Mulle tundub... ma seda spetsiaalselt ei uurinud, aga nii palju kui ma nende esitlustest aru sain, siis enamik olid leidnud organisatsiooni... kellegi tuttava organisatsioon oli see. Organisatsioonide puhul oli see, et üks rühm vahetas organisatsiooni välja ja vahetati see muuseas välja sel põhjusel, et see, mis nad algselt valisid oli *start-up* organisatsioon, kes tahtis minna välisurule. Ja tegelikult põhjuseks oli see, et meie tudengitel ei ole ju ressursi, et teha uuringuid, mida seal välisurul tahetakse või milliste sõnumitega, et siis sai soovitatud, et võtke natuke lihtsam organisatsioon.

Aga millised need ülesanded peamiselt olid, mida organisatsioonid nendele tudengitele andsid?

Õ2: Sotsiaalmeedia haldamist oli palju, sisuloomet just sotsiaalmeedia platvormide jaoks, siis... oligi vist peamiselt see. Ja siis nad otsisid vist ikka mingisuguseid väljundeid teiste mingisuguste selliste nagu kasutamata võimaluste jaoks, et mis see, mis need. Nad tegid sisulist tööd ka tegelikult, nad mõtlesid tõesti nagu edasi, et kuidas/

Õ1: /jah, seal üks rühm tegeles.. käis nendel degusteerimistel kaasas ja nii-öelda vaatas seda poolt, kuidas seda tehakse. Nii, kus mul need organisatsioonide nimed, et siis mul ilmselt tuleb paremini... aa, siis üks rühm, kes tegeles (*konkreetses organisatsiooniga*)/

Õ2: /nemad tegid ürituse ka vist/

Õ1: /jah, nemad orgunnsid sellise abistamise päeva, aga see rühm oli tegelt nagu sihuke *so-so*, et see tuli nagu hästi viimasel minutil. Ja siis ma tundsin, et millele me peame rohkem tähelepanu edaspidi pöörama, on see, et aidata neid ideid loopida neile. Mis mind üllatas, oli see, et hästi paljudel juhtudel ei olnud neil oma ideed, mida teha. Et ma olen kogu aeg nagu ette kujutanud, et tudengid on sellised loovad ja tulevad oma uute mõtetega, aga tegelt paljudel juhtudel oli see, et mina pakkusin mingid ideed välja, mille nad siis ellu viisid. Et see nagu kuidagi... tahaks tudengit ka rohkem mõtlema sundida.

Aga kui paljud nendest ideedest tulid üldse tudengitel endal ja kui palju tulid nendel ettevõtetel, kellel oli võib-olla mingi varasem nägemus või kindel soov?

Õ1: Seda on raske öelda tegelikult, sest mida tahaks järgmine aasta teisiti teha on see, et me ise ei kohtunud nende organisatsioonide esindajatega. Mis ma olen mõelnud järgmise sügise peale, on see, et tahaks nagu need organisatsioonide esindajad kaks korda vähemalt audikasse saada. Üks siis, kui nad on välja valitud ja teine siis, kui on lõputööde kaitsmine.

Õ2: Just.

Õ1: Et need kaks korda, et selle tahaks sättida nagu tingimuseks, et kui organisatsioon tahab, et tudengid neid aitavad. Tegelikult on see ju tasuta töö, ja suur töö ikkagi, sest meil on viiesed rühmad. Viis inimest töötab nagu kommunikatsioonispetsi rollis organisatsiooni heaks. Mitte nüüd küll täiskoorusega, aga ikkagi. Siis võiks olla, nagu... tulla ikkagi kohale.

Mhmm, mõistlik, aga mis te arvate, kas see viieliikmelise rühma süsteem võiks jääda ka edaspidi?

Õ1: Osad rühmad vist olid isegi natukene suuremad, aga siin on nüüd täpselt see kahe otsaga asi, et... viis tavaliselt kipub olema selline arv, et keegi jääb kuskilt rühmast ludritama.

Õ2: Igas rühmas on alati keegi, kes panustab selgelt vähem, sest saab. Teised katavad ära.

Õ1: No siin peab nüüd vaatama, et kui palju neid nüüd järgmine aasta tuleb. Me see aasta opereerisime kaheksa rühmaga, et see... ütleme, no kaheksa kuni kümme on maksimum, mida saab... rühmi ja organisatsioone, sest muidu ei jõua lihtsalt kõiki neid asju läbi arutada. Aga kuna varasematest aastatest see suhtekorralduse aine on heas kirjas olnud ka mujalt tulnud tudengitele, aga me nüüd muudame nime ära, et ma ei tea, kas siis mujalt tulijad meid üles leiavad.

Õ2: Seda küll, selles suhtes, et nagu see suhtekorraldus ikkagi on laias keeles väga levinud ja see tähendab, et seal oli igasuguseid inimesi – oli füsioterapeute, oli psühholooge/

Õ1: /psühholoog, inglise keel, siis loomulikult eesti-soome ugri, sotsioloogiast, meie majast, kirjandus-kultuuriteadused olid mitu tükki.

Õ2: Mhmm! Mis on hästi vinge ja mis torkas ka silma oli see, et sageli väljast tulnud tudengid on palju kõrgemalt motiveeritud. See oli üllatus minu jaoks.

Õ1: Minu jaoks oli see ka üllatus, et meie tudengid hakkasid nagu pisut loodrit panema seal kursuse lõpupoole ja need, kes olid mujalt tulnud... mitme grupi puhul oli see, et nemad tegelt vedasid seda gruppi. Kuigi noh, ma panin nad gruppidesse kohustuslikult just selle järgi, et seal oleks ports meie tudengeid ja siis kaks-kolm mujalt tulnud, et nagu tasakaalustada seda. Et ühelt poolt mujalt tulnute värske pilk, teiselt poolt teine kursus, et ikkagi mingid erialased teadmised juba on ju natukene. Aga see oli selline kuidagi, ma ei tea, kas meie tudengitele peksa teha või?

Õ2: Ma arvan, et seda ei ole vaja teha! Oli praktikuid ja praktilisi asju ja me tahaks päris asju teha ja/

Õ1: /see oli jah üllatav.

Aga kui niimoodi kokku võtta, siis kellele see aine täpselt suunatud on?

Õ2: Eelkõige meie tudengitele. Eelkõige kindlasti.

Õ1: Jah.

Õ2: Väljastpoolt tudengid on just selleks, et näidata seda, kelle kõigiga sa võid koos töötada, sest et kui sa lähed näiteks mingisugusesse kommbüroosse tööle või siis lähed *inhouse*'i tegema või mida iganes, siis sul ei ole ainult oma eriala inimesed. Suga räägivad inimesed täiesti erinevat keelt – sa pead ITikutega koos töötama, sa pead koos töötama inimestega, kes on agronoomid ja nii edasi. See on see õpetlik moment seal, aga fookus on minu meelest ikka seal meie omadel.

Õ1: Jah, põhifookus on. Ja tegelikult see sai ka, see on ÕISis ka nii kirjas ja see sai tegelikult alguses öeldud, et need, kes on mujalt tulnud, et nad peavad arvestama sellega, et me kohtleme kõiki kui tulevase kommunikatsioonispetsialiste. Aga sel teemal meil selle kursuse käigus minu arust ei tekkinud probleeme. On teatud kursuseid on olnud mul varem, kus põhiline sihtrühm on meie omad ja siis on mujalt tulnud, kes hakkavad pahandama, et umbes, et aga meist ei saa ju kommunikatsioonijuhte, et miks me nii põhjalikult?

Kui palju on sellel kursusel tudengeid kokku? Mis on see piirarv?

Õ1: Nii, ma saan kohe vaadata! Meil piirarvu vist tegelikult ei ole pandud, kui ma nüüd õigesti mõtlen. Kui palju neid sel aastal oli?

Õ2: 60.

Õ1: 60 vist oli jah. Et ühtepidi siit tuleb välja... need... kahelt poolt nagu, et ühtepidi tegelikult suuremates rühmates saab rohkemaga hakkama ja teine asi on see, et mujalt tulnud tudengid toovad

instituudile raha. Paraku jah, me peame nagu õppejõududena ka seda vaatama, et instituudil oleks nagu ained, mida me õpetame, võimalikult kasulikud, et me ei ole pannud nagu peale seda piirarvu.

Õ2: Aga ma kujutan ette, et kui see läheks üle sajaseks, siis/

Õ1: /ei, see oleks juba raske.

Õ2: Sa ei saa teha seda, see on personaalne. See on ikkagi rätsepaülikondade õmblemine ja seal nagu kõigile anda väärilist tagasisidet ja nagu hallata seda... see oleks karm. Sinna oleks siis lihtsalt vaja inimesi juurde.

Õ1: Siis oleks jah, sellepärast, et praegu selle kursuse võlu, ma loodan, et see on võlu, nende käest peab küsima, on see, et sa ei näe mitte ainult oma organisatsiooni ja ei tegele oma probleemidega, vaid läbi nende esitluste ja üksteise tagasisidestamise tegelikult näed kaheksat organisatsiooni.

Õ2: Pluss praktikud.

Õ1: Pluss praktikud, kes käivad oma asju rääkimas.

Aga mis te arvate, kuidas võiksid need ülesanded välja kujuneda ideaalis? Kas pigem võiksid tudengid ise suruda omalt poolt oma mõtteid ja teha nii-öelda analüüsi või võiksid ettevõtted tulla juba mingi konkreetse nägemusega?

Õ1: Mõlemal oma head ja vead. Ma arvan, et kui organisatsioon tuleb oma probleemi ja asjaga, siis seal võib see oht olla ehk, et tudeng satub mingisse vaku, et organisatsioon näeb, et meil on siin, et me tahame näiteks kliente saada, et siis tuleb võtta sihukesed klassikalised turundusvõtted, mida nad siis toetavad ja mida siis tudengid viivad ellu.

Õ2: Mis on ka tegelikult ju tore, neid peab ka tegema.

Õ1: Seda peab tegema täpselt samamoodi. Aga võib-olla õppimise poole pealt ehk, et see on muidugi... kui sul on organisatsioonil nagu visioon olemas, et sa pead õppima ennast kehtestama, kui sa näed, et on teisi võimalusi. Kuivõrd see nagu viieses grupis õnnestub bakas/

Õ2: /siin peaks võib-olla mõtlema ka sellele, kuidas see jaotub. Mulle tundub, et need loovprojektid või need loovama lähenemisega, et „näed sa, meil on probleem, lahenda ära“ - see on magistrisse sobivam puhtalt, sest sul on tööriistakastis rohkem kogemust ja rohkem tööriistu. Aga bakas on võib-olla lihtsam ja fookuseeritum ja tudengi jaoks ka... ma ei tahaks, et sellest ainest saaks mingi õudne stressiaine, et „aa, isver, ma ei tea, mul on „öö“, ma ei ole selle jaoks loodud.“ Sellega siis võib-olla

ongi hea kasutada just selliseid rohkem nagu standardlahendusi või seda, mida klient tahab nii-öelda. Aga see surub inimesed kasti jälle teistpidi.

Õ1: Jah, see on sihuke kahe otsaga.

Õ2: Oleks ju hea, kui siin on kõik see, mis me siin räägime, et on loovad lahendused ja „ära tee nagu samu asju, mida kogu aeg on tehtud, tee ikka nii, et tundlad lehvivad kogu aeg“, et siis see on teistsugune.

No minu seminaritööle tuginedes võiks tegelikult öelda, et nendel idufirmadel ei ole ka nagu mingit sellist konkreetset nägemust või nii-öelda konkreetset ideed, kuidas ja milles tudengeid kaasata, et selles mõttes võib olla natuke keeruline see.

Õ2: Mhmh, aga no siis see ongi selline natuke lahtine.

Õ2: Et tudeng õpib tundma organisatsiooni. See on paras väljakutse.

Õ1: Jah, kindlasti.

Õ2: Seejärel, aga see tähendab seda, et tegelikult sellel organisatsioonil peab olema aega tudengi jaoks, et nad jõuavad läbi rääkida ja saada aru, millised on need võimalused ja probleemid.

Õ1: Sest no praegu oli see, et nad pidid leidma oma organisatsiooni septembri keskpaigaks, siis nad pidid välja selgitama huvipooled sellel organisatsioonil seal. Meie poolt tuli see sisend. Seal vist pidid sõnumid ja asjad ka juures olema. Siis nad pidid leidma selle, et mis see kommunikatiivne väljakutse on, mida nad saavad lahendada, ja siis selle organisatsiooniga seoses oli vaja luua see kommunikatsioonitegevuste kava ja siis nad mingi osa pidid ka ellu viima, et see läks sinna lõputõesse mingi osa sellest kavast.

Aga kui vaadata tudengite vaatenurgast, siis millised sellised praktilise oskused võiksid tudengil juba sellele kursusele tulles olemas olla? Kas on mingid sellised baas...

Õ1: Praktiliste oskuste poole pealt me väga ei eelda, aga võiks olemas olla need esimesed mõisted sellest, kuidas kommunikatsioon toimib, need sõnumid, ütleme... sihukesed üldprintsüübid võiks olemas olla. Aga samas need, kellel ei ole ja kes tulevad kõrvalt erialadelt... ega minu arust nad ei ole hätta jäänud, sest hästi palju saab ka tegelikult nagu juurde lugeda ise.

Õ2: Tegelikult on mõned asjad. See on teise aasta aine.

Õ1: Jah.

Õ2: Ma loodan, et selleks ajaks on tudengitel ikkagi see teadmispõhine mõtlemine, uuringupõhine mõtlemine, kuidagi juba nagu sisse kodeeritud. Sest enamuse ikkagi kommunikatsioonitööst tähendab, et sa pead analüüsima seda, sa pead valdama mingeid baas-uurimismeetodeid, sest sa pead suutma mitte lihtsalt peale lennata, et „oh, see on hea idee, teeme ära“, vaid sa pead seda testima, katsetama ja analüütilise pilguga mõtlema, et kas see päriselt on ikka nii? Mis need teised variandid on? See ülekantav oskus peaks olema olemas. Ja ma tean, et seda on väga raske hinnata ja sa võid neile ka ju iga semester kütta kuusteist ainepunkti teadustöö aluseid, aga see ei jõua lihtsalt õppimise käigus kohale. See ongi sihuke... nagu jälle ring, et mis-mida kinnistad.

Õ1: Ja noh, meil natuke ju see aasta oli ka raskusi tegelikult sellega, et need meedia ja kommunikatsiooni uurimismeetodite kursused on tegelikult alles teise aasta kevadel ja ma ikkagi... jumal tänatud, et meil on olemas samm.ut.ee! Siis nad pidid sealt nagu lugema ja tegema mingeid intervjuusid ja küsitlusi. Aa, ja üks asi, mida tehti, oli see, et küsiti nagu mingit tagasisidet, et tehti just see tagasisideküsitlus, et mul tuleb see... mingi (*konkreetne valdkond*) oli seal.

Kas klientidelt?

Õ1: Just! Nemad olid jah, see oli... organisatsiooniks oli miski mittetulundusühing, mille nime ma muidugi ei mäleta, kes organiseerib mingeid (*üritusi*). No see turg on ju ka hästi täis, ja siis nendelt (*ürituse külastajatelt*) küsiti tagasisidet ja siis oli... see oli natuke raske organisatsioon. Oli mingi sõpruskond, kes (*tegeleb ühe konkreetse asjaga*)/

Õ2: /(*koostööd teinud organisatsioon*) oli see.

Õ1: /just, (*koostööd teinud organisatsioon*) oli see. Nemad siis lõputööks uurisid nende... kas oli (*kodulehekülje külastajate*) või Facebooki followijate käest, et mida nad tahaks veel näha, kuidas nad oma tegevust võiks edasi viia. Siis on uurimismeetodeid vaja.

Õ2: On küll, jah, ja see paistis tegelikult ka tööst välja, et mingid ankeedi põhialused ei olnud päris paigas. See ideaalis võiks tulla pärast uurimismeetodite õppimist, aga ma saan aru, et siin see kolmeaastane õppekava ikkagi seab omad piirangud. Me ei saa kolmandale aastale seda ainet jätta, et/

Õ1: /ei no siis on juba see, et meil inimesed peavad juba praktikale minema ju/

Õ2: /täpselt-täpselt. Et noh, siin lihtsalt peab hakkama saama, ise õppima.

Aga kuidas vältida olukorda, kus idufirma tuleb ja pettub?

Õ2: Mhmmh, seda ei saagi vältida.

Õ1: Ilmselt ei saa päris jah.

Õ2: Kindlasti igal aastal, kui me räägime nagu kaheksast kuni kümnest grupist, siis tõenäosus juba ütleb seda, et keegi ikka ei ole päris rahul. See on ikkagi tudengite katsetöö ja see on ikkagi täpselt sellises turvalises keskkonnas, kus sul on õigus teha vigu ja õppida nendest vigadest. See on ülikooliõpe, onju, et sa ei pea tegema mingit a la 15 000 eurost projekti kohe, vaid seal peabki olema sellist eksimisruumi. Ja see tähendab, et ka see ettevõtte, kes tahab ja tuleb koostööd tegema, peab sellest aru saama.

Õ1: See ilmselt, no ütleme, selles suhtes olekski mõistlik need organisatsioonid kaks korda kohale tuua, et see esimene kord, kui nad tulevad ja nad nagu esimese probleemi ja kogu kokkulepped ja need asjad, et see on siis ilmselt see koht, kus meie Mariaga peame ühtepidi seda *pep talk*'i tegema, et meie tudengid on väga toredad ja vahvad ja kõik ja nad teevad hästi palju, aga teistpidi, jah, nagu natuke hoiatama ka neid, et noh, see on see...

Õ2: Ja muidugi kui, jah, et see on väga oluline, kui nad kohale tuleksid, sest kui näiteks lõputööde kaitsmine on, siis see inimene, kes istub seal ja kuulab ka teiste valdkondade, võib-olla ka sama valdkonna isegi, aga teistsuguseid projekte, siis ta võtab sealt palju ideid kaasa. See on nagu alati niimoodi. Ükskõik, mida sa lähed kuulama, kus esitletakse nagu palju erinevaid asju, saab, mis siis, et nad ei ole nagu sinu valdkonnaga võib-olla isegi seotud, sa ikkagi mõtled, et „hmm, kuule, aga seda saaks ise ju kasutada“, et see on nagu see võimalus seal. Aga ma saan aru, et nüüd on kiirenenud ajaga mõnel inimesel pisut raske tulla võib-olla kohale, no see nõuab oma koordineerimist ja vastutav õppejõud peab käima ja meile saatma ja... kommunikatsioonijuht! Kursuse kommunikatsioonijuht!

Kuivõrd palju oli sellist nii-öelda abistamist ülikooli poolt nende projektide elluviimisel ja projektide planeerimisel?

Õ1: Tegelikult meie poolt tuli pigem sihuke... ma ei saa öelda, et teoreetiline sisend, aga sihuke nagu üleüldine sisend, et mida nendes olukordades teha, sest see on ka nagu üks aine, mille puhul ma tahaks rohkem katsetada seda, et õppimise eest vastutus on tudengil. See ei ole õppejõu vastutus, et asjad ära tehtaks, aga tudengil on nii-öelda see kava ees, kuupäevad-tähtajad, aimdus, mida ta peab tegema. Aga et see initsiatiiv peab tulema tudengi poolt, sest see on nagu ka päriselus, et kui me lähme... neid võib võrrelda naks nagu sihukese kommunikatsioonibüroo tööga, et seal ka peab ikkagi initsiatiiv tulema kommbüroo poolt. Selles aines ka. Aga no samas ma usun, et me pakkusime piisavalt ka neid kohtumisi, kus sai nii-öelda individuaalseid konsultatsioone seal, et mis... terve rühmaga, et mis need mured on. Ja no tegelikult ma olin ju olemas ka/

Õ2: /aga no see on laiem teema, see on üldse selline üldine õpimotivatsioon praeguses kõrgharidussüsteemis. See vastutuse võtmine ei tule lihtsalt.

Õ1: Ei tule, ei tule.

Õ2: Sest üks me ise teeme ka võib-olla mingitel momentidel vigu, et selline ülehooldus ja ettehooldus ja asjade puhul nagu kummi venitamine on läinud võib-olla tsipa erinevaks sellest, mis on päriselus. See kursus peaks kindlasti olema üks nendest, kus sa saadki nagu seda praktilist maailma, kui sul ei ole enne olnud võimalust käia praktilal, tööl või kus iganes... või selle valdkonnaga kokkupuuteid, siis seal sa saad enam-vähem nagu teada, kuidas see asi käib ja harjudagi ära sellega, et mis see tähendab, kui sul ongi 2 päeva aega selleks, et teha põhjalik *background search* või mis iganes raamistus leida. Päriselus ongi nii! Sul tuleb klient kohale, ütleb, et „tere, me tahaks kahe päeva pärast teha nagu sellise esimese korraliku töökoosoleku“, sa ei tea mitte midagi sellest valdkonnast, aga sa pead seda tegema – ennast kurssi viima. Ja ongi kõik! Kedagi ei huvita, et sa ei tea sellest midagi... või siis nad lähevad teiste juurde. Seda on nagu raske võib-olla vahest... see on ülikool, see on õppimise kontekst... seda ei võeta. Sellepärast on neid praktilisi aineid raske teha, sest ühelt poolt see on praktiline nagu päriselus ja kliendid ja nii edasi, aga teiselt poolt on see ju ikkagi õppimise keskkond. See tasakaal või vastuolu on päris karm.

Aga kui võtta kokku, et mis on selle õppeaine väljund või peamine eesmärk, et milliste teadmistega tudeng sellelt lahkub?

Õ1: No haridusbürookraatlikult on see ÕISis kirjas, aga minu soov ja tahtmine selle ainega on see, et tudeng... et ühelt poolt tekiks tal esimene kogemus, kuidas on kliendiga suhelda, ja see, et no kliendid on hästi erinevad. See on just see nagu, mis rühmatöödena välja võiks tulla. Siis teiselt poolt, et tõesti, neil tekiks see hea arusaam, et mis see kommunikatsiooniinimese töö üldse on. Et tegelikult teise aasta alguseks vist see teadmine veel päris nagu olemas ei ole ma arvan. Ja, jah, ja praktikas proovida neid asju.

Õ2: Ja selline nii-öelda sala-eesmärk, või noh, mitte sala, vaid tegelikult me ütleme selle ka väga selgelt välja, on sotsiaalse kapitali loomine. Need praktikud, kes käivad esinemas, nad on väga huvitatud nende tudengitega rääkimast. Ja need tudengid, kes pärast loengut või loengu vaheajal lähevad nende praktikute käest küsima – midagi asjalikku – mitte, et mis su lemmikvärv on, vaid midagi asjalikku, nad jäävad meelde ja need praktikud pärast räägivad meile, et „ma mäletan, selles aines tuli see tüdruk, ta tuli minu juurde praktikale“, et see tekitab sihukese positiivse eelhäälestuse. Versus see, kui sa istud nagu sihukese näoga seal loengus ja vaatad vahepeal oma nutitelefoni ja siis

nagu paar korda võib-olla kiikad selle esineja poole. Et no tee või tina, aga see ring on väike! Tööandjate ring on väike!

Õ1: Jah-jah, ilmselt see on ka, ütleme, selles suhtes, kuna mina enne tudengitega kokku ei puutu, kuna esimese kursuse puhul ma ei näe neid, et anda ikkagi ka professionaalse karjääri puhul nõu, et millele tähelepanu pöörata. Täpselt see sama, et su karjäär hakkab tegelikult koolist pihta. Õppejõud on sinu elus ja nad ei kao mitte kusagile. Meilt küsitakse soovitusi ja kõike, ja see, kui sa ka nagu rühmatöös... kui sa ikkagi mängid mäkra oma kursusekaaslastega, suure tõenäosusega sinuga ei võeta tulevikus projekte ette! Ka seda nagu nii-öelda kasvatada. Seda, noh, töömoraali on vist liiga/

Õ2: /ära nii ütle/

Õ1: /kõlab nii õudselt, aga seda nagu, et anda näpunäiteid, et millega tuleb tööelus arvestada.

Õ2: Sest et, jah, see on võib-olla, jah, see, et noh, siin võiks nagu kergitada põlglikult kulmu ja öelda, et „ah, see on ju loomulik asi“, aga tõepoolest, võib-olla ei olegi kunagi olnud vaja mõelda nendele erinevatele repertuaaridele, et kuidas sa pead rääkima nagu keskealise firmajuhiga, kuidas sa pead rääkima *start-up*'i mingisuguse kaheksateistaastase, aga pisut introvertse juhiga, onju. Need repertuaarid ja see, et sa oled inimesena valmis, ja meeldivalt suhtlema valmis, igasuguste erinevate tüüpidega. See, noh, seda sa ei saa õpetada. Selle kohta sa võid teha loengu, aga see tuleb ainult kogemusega. Selleks peab andma neid kontaktivõimalusi. Sest muidu ongi jama, et lähedki välja, see ei olegi sinu nägu see ülemus või see sinu kolleeg, see võib tulla väga suure šokina, et „isver, see ei olegi minu mull“, et see on siuke jama värk jah, aga no seda ei saa lõpuni muidugi ära teha ja võtta. Me ei saa selle eest vastutust võtta.

Aga mis te arvate, milline peaks see organisatsioon olema, kes teeb selle õppeaine raames tudengitega koostööd?

Õ1: Ilmselt avatus on kindlasti üks neid märksõnu. See, et lasta tudengid oma organisatsiooni nii-öelda sisse, et nad selle probleemi leiaksid. Või kui see probleem on leitud või ta on ette antud, et siis ka uurida selle olemust ja tõesti ka natukene aega panustama. Aga no siin on ka, ma just mõtlen nagu selle sügise kogemuse peale, et tõesti nagu organisatsioone ette valmistada ka, et kurjam, tudengid võivad pettumuse valmistada. Ma mõtlen näiteks (*ühe konkreetse projekti*) peale.

Õ2: Meil ei läinud see projekt vist hästi.

Õ1: Muidu on ju väga vahva organisatsioon ja väga avatud tegelikult igasugustele asjadele ja noortele, aga minu arust ei saanud nad nagu rühmatööd jooksmas ja sealt oli... nagu sealt tuli lõpuks väga nukker see lõpptulemus. Täitsa nagu piinlik on.

Õ2: Mhmh, aga seda saab jah siis, kui on ülesanne ikkagi kohale tuua oma organisatsiooniliige.

Õ1: See kohale toomine, ilmselt see võiks ka anda organisatsioonile märku, et meie panustame ja me ootame ka neilt panust.

Õ2: Jah, ja no me ju õppejõududena oleme ka valmis toetama igal sammul, kui vähegi on vaja. Me ideid nagu ei anna teadlikult, aga nagu/

Õ1: /no kui ideid ei ole, siis sai lõpuks ka neid antud.

Õ2: Just, aga no see organisatsioon, siin ongi nagu küsimus, et kas see peaks olema kindla visiooniga või siis pigem selline avatud, et siis vist pigem nagu sihuke avatud, et sihuke katsetamis... sest et, noh, on väga palju asju, mis on tehtud, ja nad töötavad, ja neid tehakse edasi, aga väga paljud asjad ei ole veel üldse jõudnudki lauale, sest et lihtsalt ei teata nendest võimalustest. Keegi ei ole julgenud seda teha, keegi ei ole mõelnud, et võiks sellises raamistuses kasutada mingeid lahendusi ja see kursus on täpselt see, kus võiks proovida neid asju.

Õ1: Jah, ja tegelikult üks tingimus, mis sai ju sätitud, tuleb mul praegu meelde nende organisatsioonide kohta, oli ju see, et organisatsioonis ei tohi olla kommunikatsiooninimest.

Õ2: Jaa, õigus, oli küll jah.

Õ1: Ja selle nagu põhjuseks oli just see, et ei oleks nii, et tudengid lähevad organisatsiooni ja siis on keegi suur-ilus-tark-ja-uhke, kes ütleb täpselt ette, mida teha, ja siis tudengitest saavad nagu sellised orjad /

Õ2: /praktikandid!

Õ1: Jah, praktikandid, kes teevad kõik ära, mis neile ette öeldakse.

Õ2: Selle jaoks on teine koht. Jah, ja see, jah, neil ei tohi olla nagu kommunikatsioonijuhti.

Aga mida tähendab kommunikatsioonijuht? Selles mõttes, et hästi paljudes idufirmades tegeleb kommunikatsiooniga väga pingsalt just turundusnimene. Kas-kuidas seda eristada?

Õ2: Turundus ja komm ongi nii koos juba täna, et seda ongi võimatu eristada täiel määral, aga... no pigem ikkagi sellised, kus/

Õ1: /kus seda inimest ei ole. Sest no ütleme, et väike mõte ikkagi selle aine puhul on ka, no ma ei saa, et mul ikkagi see maailmaparandamine on oluline. Ütleme, et need väiksemad organisatsioonid, kus ei ole oma kommunikatsiooni-turundusinimest. Tegelikult ju juba kuna ülikoolis riik maksab selle eest, et siis panustada ühiskonda ja aidata neil organisatsioonidel midagi paremini teha. Mul on näiteks hästi hea meel selle üle, et meil oli... see oligi vist, et parim lõputöö oli ka, oli (*üks projekt*).

Õ2: Jaa, see (*organisatsioon*) oli äge.

Õ1: Ja nad alustasid ja see, kuidas tudengid hoidsid nende seda Facebooki üleval ja kõik/

Õ2: /ja tegid juhised, kuidas edaspidi!

Õ1: Jah, et kuidas edaspidi teha, et jah, nemad nagu... ma tundsin tõesti, et kurjam, me oleme midagi ära teinud selle kursuse raames! Kui see (*ühe teise organisatsiooniga*) läks nagu täitsa pekki, eks, midagi ei tulnud sealt, et vähemalt (*neile*) me midagi andsime. Ja need kampaaniad töötasid ka ja see koostöö tundus ka hästi lahe olevat, sest et nad ju tegid, mis see oli, mingisugune (*sotsiaalmeedia kampaania*) ja siis olid seal need näited. Kusjuures need olid kõik tudengite enda väljamõeldud, seal mina ei panustanud ideedega üldse! Ja siis oli vist jaa, et umbes, et seal pidi vist mitte lihtsalt *share*'ima, aga kirjutama, et kus sa seda (*toodet*) kasutaksid ja pärast siis võitjal oli tehtud (*auhinnaga*) pilt, mäletan.

Õ2: /ja-ja veebi tegid nad ka nagu loogilisemaks.

Aga mis selle edu tingis teie arvates?

Õ2: Nad pühendasid väga palju aega sellele. Ja nad olid järelejätmatud.

Õ1: Jaa, ja mulle tundus, et nad ka meeskonnana töötasid väga hästi.

Õ2: Jaa, minu meelest olid nad rohkem kontaktis tellijaga ja sageli nagu nad... vähemalt mulle meenub, et nad ütlesid, et ega iga kord nad ei viitsinud ka nendega tegeleda, et „jälle teie ja jälle tulete te meile, et me oleme alati nii teinud ja misasja“, aga nad ei jätnud nagu järgi. Nad suutsid viisakalt, aga järelejätmatult teha seda, mis nende arvates oli vaja selleks, et kommunikatsioon töötaks paremini.

Õ1: Ja tead, mis võis olla ka üks neid edu põhjuseid? Nende enda käest võib küsida sealt ka, aga mulle... seal üks tüdruk oli ise (*samast vallast pärit, kus organisatsioon tegutses*).

Õ2: Jap, kohalik!

Õ1: Ja see on ilmselt see, eks ole, et kui sulle asi korda läheb, siis sa tegutsed rohkem. Sest no ma mäletan näiteks selle (*ürituse*) puhul ka, et mitu head planeeritud tegevust jäi ära, sest nad ei suutnud ennast rühmana kokku võtta. Seal nagu üks tüdruk oli ka seotud selle korraldajate meeskonnaga, aga kuna ta rühmatööst väga palju viilis ja ta ei suutnud teisi rühmaliikmeid sellega nakatada, kadus vahepeal paariks nädalaks ka ära, siis nagu, et teised oleks saanud.

Õ2: Jaa, see on ikkagi tiimitöö. Ja ma saan aru, et see on miski, mis lonkab väga paljudes ainetes. Just see kokkusaamiste vähesus, et grupp... oota, kuidas meil sel aastal grupid olid moodustatud?

Õ1: Mina panin kokku kurjalt.

Õ2: Ma arvan, et seda peab tegema. Kuskil peab seda tegema.

Õ1: Peab tegema, sest et see on elus ka, et tegelikult ei saa alati valida, et ma võtan need toredad inimesed kampa, kellega ma töötan. See on väga suur oskus niimoodi tööle saada. Aga tegelt ma arvan, et näiteid, no tegelikult seal oli ka ma arvan, et mingitel hetkedel, et keegi oli täitsa ära kadunud, sest tudengid käisid mulle muret kurtmas, aga me saime need ära lahendada, et mis seal ikka.

Aga mis te arvate, mis selle (*konkreetses projekti*) ebaõnnestumise tingis?

Õ2: Täpselt teistpidi! Nad ei panustanud aega.

Õ1: Nad ei panustanud aega ja seal... minu arust seal rühmas, no vot nüüd on ka see, et kuna ma nüüd olen neid teiste ainete raames näinud, olid mõned tudengid, kes ka muudes ainetes on... kuidas ma viisakalt ütlen/

Õ2: /panustavad vähem!

Õ1: Laisad ja lohakad! Jah, see oleneb ilmselt nagu õpimotivatsioonist. Seal oli tegelt paar tükki, kes olid sihukesed lähedad sellid sees, aga ilmselt nad tundsid, et ei taha... nagu kuue inimese tööd ei jaksa ära teha, et siis ta jäi nagu... kusjuures seal oli üks tudeng, kes mujalt oli ja kes oli väga aktiivselt kaasas, aga kuna seal ilmselt teised hakkasid pidurit panema, siis ta kadus ka vahepeal ära, millest oli kahju.

Õ2: Kahjuks küll jah.

Ma nüüd hüppan selle õppeaine korraldusliku poole juurde tagasi. Mitu ainepunkti see annab?

Õ1: Varem oli kuus ja tuleb üheksane.

Kas on kuidagi paika pandud ka see, juba praegu, millise osa moodustab sellest see kodutöö ja projekt?

Õ2: Me tundidena ei ole seda üheksasse ümber arvutanud, aga põhimõtteliselt on see ikkagi selline aine, kus on palju kontakttunde. See tähendab, et noh, circa 50 prossa ajast või 40 prossa ajast, ja siin ma tõesti ei ole faktitäpne, vaid panen puusalt praegu. On kontakttunde, et kui me praktikutega teeme koostööd, siis seda nagu ei anna teha videoloengus. No annab, aga see ei anna seda väärtust. Seal on kohal käimine väga oluline. Meil on veel lisaülesanded, lugemisülesanded. Ma julgen väita, et see kodutöö on mingi 30 prossa?

Õ1: Ei, ma arvan ikka pool ja pool enam-vähem, või isegi rohkem.

Õ2: Minul on tunne, et 30 kohal käimine, 30 lõputöö-suur projekt ja 30 prossa kõik need eneserefleksioonid, lugemisülesanded, sotsmeedia analüüs ja nii edasi/

Õ1: /sest praegu seal oli nagu koduste töödega... nagu pidi iga nädal ühe tegema, just, et hoida seda tempot, et sa millegagi tegeled. Pooled olid individuaalsed ja pooled olid rühmatööd.

Õ2: Seda peab hoidma ka, sest, et see on see variatiivsus.

Õ1: No mis selle kursuse juures veel põnevaks läheb, selle 9 EAP-ise juures, on see, et koos saavad olema auditooriumis magistrandid/

Õ2: /teatud kordadel/

Õ1: /magistrandid, kes... magistrantide aine oli kas 4 või 6 EAP-i, 4 vist oli, ma ei mäleta peast enam seda, kes pole meie valdkonnas varem õppinud ja tulevad nüüd siis kommunikatsioonijuhtimist õppima. Neile nii-öelda siis tasanduskursus. Magistrante me ilmselt niimoodi organisatsioonidega ei saada nagu tegutsema, sest neil see EAP-ide maht on väiksem, aga et nad saaksid mingi aimduse, et mis see kommunikatsiooniinimese töö siis on.

Õ2: No just, et mingite sõlmpraktikute kordadel on siis koos rohkem rahvast. Kõik need süvitsi minevad tööd me teeme oma bakadega, aga siis, kui tulevad oma valdkonna tipud rääkima tööst, mõõtmisest-planeerimisest ja nii edasi, mis on nii-öelda põhilised etapid, siis on oluline, et ka need, kes tulevad meie magistrisse, neil ei ole olnud nagu seda ettevalmistust enne, et nad saavad sealt kaudu nagu selle pildi ette, et nad ei oleks päris sihukesed lendlevad lehekused kuskil õppetualetes. See pilt mõjub!

Milline see projekt või ülesanne oleks selline, mis käiks selle kursuse tudengitele üle jõu teie arvates? Mis oleks *too much*?

Õ1: No *too much* on ilmselt... need praegused ülesanded, need ei olnud, nagu selgelt kohe. Seal on mõned kivid, mis ma oma kapsaaeda viskaks, et need juhendid ei olnud piisavalt vara valmis... aga elus ka ei ole. No see on sihuke kahe otsaga asi. Aga *too much*... võib-olla mingid asjad, mis nõuavad materiaalselt ressursi? Ma ei tea... et sa pead viima läbi miski kampaania, kus sul on vaja paberkandjal asju, et ma ei tea, et selles... see on... ma nagu ei taha tudengile/

Õ2: /eelarvelisi asju/

Õ1: /jah, eelarvelisi asju, et sellist nii-öelda finantsressurssi me ei tahaks, et keegi nagu kulutama hakkaks.

Õ2: Selle haldamine lihtsalt läheb üle mõistuse. Ei suuda sa seda infot tagada, ei paberimajandust ega finantsi ja tasusid. Seega see peabki olema nagu *low-key*, väikesed ettevõtted, täpselt sihuke katseta ja tee ja proovi! Mis ei tähenda, et neid asju ei saaks teha raha eest hiljem... no kõva raha eest.

Õ1: Hiljem saabki oma oskusi raha eest näidata/

Õ2: /just, et see on selline harjutamise asi. Ja lisaks ka väga pikaajalised strateegilised projektid, kus on suured eesmärgid seatud. Lihtsalt see kursus saab enne läbi. Meil on vaja, et seal lõpus oleks mingisugune asi, mingisugune kokkuvõte.

Õ1: Et midagi tehtud!

Pigem mingi konkreetne projekt, konkreetne üritus, konkreetne ülesanne?

Õ1: Jah, konkreetne tükk saab tehtud. Ja ilmselt mille kallale tudengeid veel ei laseks, et algselt meil olid mõtted, et laseks, et meil tudengid teevad mingi kommunikatsioonistrateegia või värgi. No selleks jääb oskusi ja aega meil väheks. See on sihuke magistritasandi värk.

Aga täiesti arvestatav oleks ka see, kui firma soovib näiteks sellist igapäevast sisendit näiteks sotsiaalmeediasse?

Õ2: Jah!

Õ1: Sotsiaalmeediaplaan ja...

Õ2: Jah-jah-jah või siis mingi sisekommunikatsiooni mingi... kui on, vaata, suuremad ettevõtted, et kasvõi selle analüüs, et kuidas info liigub... neid asju saab küll teha, jah. Siin on igasuguseid erinevaid asju. Jah, see peab olema nagu tehtav.

Aga mingeid piiranguid ühesõnaga ei paneks? Ongi vastavalt organisatsioonile ja vastavalt vajadusele?

Õ2: Mhmh.

Õ1: Jah-jah, ja selles suhtes ka, et kui organisatsioonil on mingi oma eelarve ette nähtud mingi projekti jaoks ja nad tahavad selles suhtes panustada, et mingi organisatsioon maksab mingid trükikulud või ruumirendid või sihukesed asjad, et siis loomulikult. Meie kätt ette ei pane. Aga jah, mida vältida on just need pikaajalised ja strateegilised asjad. Nendega veel ei saa teine kursus hakkama. Siis oleks see pettumus ilmselt organisatsiooni poolt liiga suur ja no tudengile endale ka, et kuskil mingisugune jama. Seda ei ole vaja.

Kuidas vaadata sellist analüütilist poolt? Organisatsiooni väliskommunikatsiooni põhjalik analüüs näiteks?

Õ1: See on nagu... no vot, see on jälle see, et vaata, ühtepidi meetodite kursust ei ole enam, et selle võrra see uurimine on... no kvaliteet ei pruugi väga hea olla. Ja tahaks ikka... kuna see on ikkagi praktiline, et mingisuguse projekti võiks ellu viia. Kuigi noh, analüüs on väga tore, aga ma ootaks sellega kolmanda aastani

Kas te uurisite ka eelmise semestri partneritelt mingisugust tagasisidet?

Õ2: *Nope*, see jäi puudu.

Õ1: See jäi puudu. See hinnang on see üks asi, mida raudselt tuleb muuta selle kursuse juures.

Õ2: See jäi ajaliselt nii sisse kavandamata ja siis juba tuli nagu teine semester peale ja oligi kõik. Ja siis nüüd on nagu imelik, et „tere, mäletate, kuus kuud tagasi meil siin ühed tudengid käisid“. Ja siis tuleb välja, et tudengid on kõik luuletanud ja pole tegelt midagi teinud.

Õ1: Ei, jah, seda tahaks jah. Nüüd ongi tänu sellele üheaastasele kogemusele, noh, mis mulle kohati hakkas tunduma, et no *crap* oli, et mingid asjad jäid täitsa nagu tegemata ja... aga samas ma vaatan nagu tudengite tagasisidet, et see on üllatavalt hea. See annab seda indu juurde, et ju me siis õigel teel oleme. Saame ainult paremaks liikuda. Aga jah, just see koostöö organisatsioonidega, et seda tahaks omalt poolt. Ja nagu, noh, nii-öelda ka, et kui need esindajad kohale tuua seal alguse poole ja lõpus, et

siis ka tudengid tunnevad ehk rohkem vastutust. Jah, sellele (*konkreetses organisatsioonis tegelenud tiimile*) me lugesime pärast sõnu peale, et see on Tartu Ülikooli hea nimi, mille te maha mängisite.

See aine on vist sügisel? Mis ajaks peaksid need projektid või kokkulepped olema sõlmitud ettevõtetega?

Õ2: Suvel kindlasti.

Õ1: Suvel kusagil, jah. Aga tegelt, olgem ausad, siin võib jääda ka üsna viimasele minutile augustisse, sest et no selge on see, et me kõiki organisatsioone ei leia ja me ei säti seda ka eesmärgiks. Loodan ühtepidi, et kui seda ainet nüüd mitu aastat teha, siis see sõna levib ja siis need organisatsioonid hakkavad ise meiega ühendust võtma, et me ei pea ise nagu kuskile minema *hunt'*ima neid. Aga et mingi osa organisatsioone võiks olla nagu ikkagi, mis tudengid ise leiavad – mille suunas neil süda tuksub.

Kui kaua jääks tudengitel aega neid organisatsioone otsida?

Õ1: Sellega käis väga kippelt. Minu arust oli kaks nädalat.

Õ2: Ja nad said sellega väga hästi hakkama!

Õ1: See käis kippelt, sest nad pidid 13.09 leidma ja meil esimene kohtumine oli teine ehk siis alla kahe nädala.

Kui palju võiks neid organisatsioone olla, kellega on juba eelnevad kokkulepped sõlmitud?

Õ2: Ma arvan maksimum viis, siis jääb mänguruumi ka oma nendeks, sest tavaliselt on see, et jube pläss oleks see, kui sul on tehtud rohkem kokkuleppeid kui sa jaksad ära teha, sest tavaliselt on need kommunikatsioonitegevused üsna sellise kiireloomulise olemusega. Kui sa mingit sotsmeedia platvormi kasutamist plaanid alustada, et „oo, tulge järgmisel aastal“ ei ole optsioon. Siin peab vaatama, et suu lõhki ei läheks – see on oht. Sest ma kardan seda rohkem kui seda, et me ei saa kedagi. Sest et siis ikkagi leitakse mingid väiksemad käsitööettevõtted või no mis iganes. Neid sa leiad ikka, kes on väga rõõmsad selle üle, et keegi viitsib kaasa mõelda. Aga kui sa juba oled ikkagi ametliku partnerina midagi välja lubanud ja siis jätta neid ripakile... see oleks suur mainekahju.

Õ1: Ja no ilmselt nagu seda... no kuidas need siis erinevad rühmad tööle saavad ja kui oluline see on, et organisatsioon on ise enda huvi üles näidanud, et seda saab ikkagi esimeste kogemuste pealt öelda. Praegu on natuke raske, jah, ennustada.

Need esimesed kokkulepped tuleks siis sõlmida ikkagi õppejõududel?

Õ1: Jah.

Õ2: Jaa.

Rohkem mul vist selliseid suuri sisulisi küsimusi ei ole. Kas teil on endal mingeid mõtteid?

Õ2: Mina tahaks õudselt ikkagi teada seda, mis on kommunikatsioon nende ettevõtete jaoks, kellel ei ole kommunikatsioonijuhti, et mida nad näevad. Lasta neil mõttel lennata, et mis need tegevused üldse on, mida nende arust, millega peaks nagu kommunikatsiooni tegema või kommunikatsiooniinimene, sest sealt võib selguda nii mõndagi huvitavat.

Õ1: Jah.

Õ2: Millele me ise ei ole osanud mõelda... me oleme ka natuke kinni nendes „aa sise, välis, sihtrühmad, platvormid, bläbläblä“, aga võib-olla on neil hoopis mingid sellised tegevused, mis ongi need sellised. No hübriidamet, et sa peadki tegema midagi, mis võib-olla tegelikkuses kuulub mingi infoanalüütiku või kelle iganes valdkonda. Me peame siis järelikult hakkama neid oskuseid arendama. Seda ma tahaks, et sa küsid, kui sa saad kokku nende idukatega.

Lisa 5: Transkriptsioon intervjuust tudengitega

Kõigepealt alustakski sellest, et võtate näiteks paaridesse ja räägite omavahel, kes-millise projektiga tegeles, mis oli projekti eesmärk ja tulemus.

(üldine arutelu)

Nüüd lülitaks need grupid välja ja tahaks kõigi vastuseid teada. Kuidas te nende organisatsioonideni reaalselt jõudsite? Miks just need organisatsioonid? Alustame näiteks AK1-st.

AK1: No, meil oli see, et see oli vist kuidagi tutvuste kaudu. Meil oli (*organisatsioon*) ja siis üks meie grupi liige teadis seda inimest seal ja siis ta lihtsalt rääkis, sest et algne plaan oli meil üldse üht üritust teha, aga see kukkus kuidagi ära ja siis tuli see (*organisatsioon*).

AK2: Meil oli ka läbi tutvuste. Üks neiu ütles, et ta tunneb ühte inimest ja meil on selline alustav asi, et see võiks hullult äge olla, et saaks head koostööd teha.

Mis idee teil oli?

AK2: (*organisatsioon*). Need neid, kes (*organisatsiooni eesmäärke täitsid*).

PS: Meil oli... algselt me mõtlesime, et mida teha, kõigil oli hästi erinevaid ideid. Aga siis üks idee, mida välja pakuti, kuna see oli tudengiorganisatsioon, siis nagu me ütlesime, et võtame ikka mingi organisatsiooni, mis oleks suurem väljakutse, et need kellega me suhtleme, ei oleks meie sõbrad. Ja siis tuli see (*organisatsioon*), aga nagu lõppkokkuvõttes oli see mugavusvalik, sest üks meie grupiliikmetest tundis ühte seda (*organisatsiooni*) tegijat, oli tema perekonnasõber. Seega läbi tutvuste tegelikult.

AK3: Meil oli megalamp, nagu megalamp. Sest me lihtsalt kirjutasime inimestele Facebookis, suvalistele organisatsioonidele. Siis me valisime ühe organisatsiooni välja ja tegime esimese kodutöö nende peal. Ja siis põhimõtteliselt õppejõud ütlesid, et see on mõttetu organisatsioon, ehk liiga keeruline, kellega koostööd teha. Ja see oli piinlik moment, sa pidid ütlema sellele organisatsioonile, et kuulge, me ikka ei taha teiega teha. Meil oli see (*organisatsioon*), aga see on välismaa organisatsioon, Tokyos, Jaapanis, kuskil teeb taaskasutust riietega. See oli liiga keeruline ja siis me täiesti juhuslikult kirjutasime (*organisatsioonile*) Facebooki, ja nad ütlesid „okei“. Ja kuna nad ütlesid „okei“, siis võtsime esimese ettejuhtuva organisatsiooni tegelikult.

RT: Meie üks rühmaliige oli siis selle (*organisatsiooni*) projektijuht, ta korraldas (*üritust*) ja ma ise ei olnud sel ajal kohal, kui valiti koostööpartnerit. Aga ma sain aru, et see oli ainuke variant. Meile kõigile tundus, et väga lihtne, kuna see tüdruk tunneb seda organisatsiooni väga hästi. Aga ma arvan, et lõpuks mängis see meile karuteene, et me selle valisime.

ST, miks tegite koostööd just selle organisatsiooniga, kellega tegite?

ST: Meil üks inimene oli pärit (*sellest paigast, kus organisatsioon tegutseb*), meil üks inimene oli pärit sealt (*paigast*). See oli ta lapsepõlve sõprade, peretuttavate (*organisatsioon*). Puhtalt sellepärast ta pakkus välja selle. Siis kuidagi saime kontakti ja siis nii läks.

Kõigil seega pigem tutvuste kaudu lähenemine. Kuna grupid olid päris suured, siis kuidas teil õnnestus jõuda ühisele meelele selles osas, milline organisatsioon valida? Kas kaalusite ka seda, milline valdkond oleks huvitav?

AK1: Pigem alguses oli, et võtaks seda, mis on huvitav. Teeks seda, mis on põnev. Kuid siis see tähtaeg läks edasi ja siis tuli juba kiiresti leida ja siis „aa, võtame selle ära!“ ja läheme edasi.

Kuidas teistel?

ST: Meil oli ka sama asi tõesti, et algul käisime ideid välja. Olid suht üllad plaanid. Aga kuna keegi ei hakanud seda ajada, ning kuna üks inimene küsis oma tuttavatelt, nii-öelda...

AK3: ...siis oligi see, et sa võtsid kõige lihtsama õlekõrre, ma arvan, sest meil oli sees ka klausel, et sa ei või võtta ettevõtet, kus on kas avalike suhete korraldaja. Või ühesõnaga... meile pakkus (*üks teine organisatsioon*), et neil on vaja, tulge tehke. Aga neil oli lihtsalt meediasuhete juht seal, ning meil ei lubatud võtta seda. Kokkuleppimine grupisiseselt ei olnud väga suur probleem – võtsid selle, mis tuli kõige lihtsamalt kätte.

PS: Jah, aga samas, ma nõustun iseenesest sellega, et meil ei olnud otseselt probleeme organisatsiooni valikuga. Aga samas ma mõtlen, et üks põhjus, miks inimesed ei suhtunud nii entusiastlikult sellesse kodutöösse, oligi see, et tegelikult see organisatsioon sai valitud, ei olnud kõigi grupiliikmete jaoks kui suur kirm. Võib-olla oli see ühe inimese jaoks mingi et, see on töö, mida ma teen, ja tahan, et sellel läheks hästi. Kui sul on 5-6 inimesega grupid, siis ongi võimatu leida organisatsiooni, mis pakuks kõigile huvi. See on võimalik, aga see on väga keeruline.

AK2: Meil oli see teema, et esialgu me tahtsime mingit (*organisatsiooni*) võtta. Kohe nägime, et see võeti ära, ent see näide tundus meile ja teistele põnev. Entusiasmi tundus suur, et teeme ära.

Kellelgi sellist probleemi ei tekkinud, et millist valida?

AK3: Ei ütleks.

Kuidas te projekti sisus kokku leppisite ettevõtetega?

AK1: Pigem küsisime „mida teil vaja oleks?“ ja siis sealt noppisime välja, et mida ise võiks teha, mis on sellised asjad.

Kas see toimus kuskil ühisel kokkusaamisel?

AK1: Jah, see oli kokkusaamistel jah.

AK2: Meil oli üsna keeruline, et meil olid mingisugused eesmärgid, millest nad olid alguses huvitatud, aga lõpuks selgus, et organisatsioon on Tallinnast, et juba Tartusse tulek oli nende jaoks väga suur tükk. Alguses nad olid huvitatud, aga siis nad ei teinud tööd meiega.

AK3: Vabandust et segan, aga teie jaoks Tallinnasse minek?

AK2: Asi oli selles, et nad tahtsid nagu laiendada, ja siis me pakkusime välja, et äkki siis teeks Tartu (*klientidele*), sest neil on Tallinnas hästi palju. Et Tallinnas veel teha (*organisatsiooni põhitegevust*),

see on täpselt see, mida nad teevad. Kuid nad ei olnud huvitatud laienemisest, sellepärast oligi oluline, et nad Tartusse tuleks, sest pole mõtet kokku saada Tallinnas, kui me räägime sama juttu, mida saaks netis teha. Et tegelikult sein tuli esimese ülesandega ette ja edasi ei läinud paremaks.

PS: Meil oli see, et alguses tegime väikest *research*'i. Vaatasime nende kodulehte, vaatasime Facebooki lehte, et näha, mis probleemkohad meie arvates silma hakkavad. Seda seepärast, et esimesel kokkusaamisel oleks materjali, mida pakkuda. Kohe oligi esimene asi, mida nägime, (*üks kommunikatsioonialane probleem*). Nemad ei näinud selles probleemi, kuid kohtumisel läks hullupööra aega, et veenda, et see ei ole väga hea. Me otsisime statistikat ja kõike, et öelda, et see ei ole hea mõte. Ja lõpuks nad olid, et „võib-olla ei ole hea mõte“. Aga jah, see oli meie pakutud, aga me ütlesime ka neile, kas nende poolt on midagi välja pakkuda ja siis nad pakkusid ise selle (*ürituse korraldamise*), et sellega me võiks aidata neid, aga see jäi pigem soiku. Pigem jäi Facebooki laienele see.

ST: Meil oli niimoodi, et me panime kohe, väga aktiivsed inimesed grupis, meil ideed hakkasid lendama. Tehti kavad, mis pandi paika. Siis pöördusime nende poole, mis nemad sellest tahaksid, aga nende poolne huvi... algusest peale nad pigem ei teadnud, mida tahta meilt. Siis me läksimegi oma teed, tegime seda, mida oskasime, mis tähendab, et ise panime plaani paika.

I: Te ei kooskõlastanud kõike koos ettevõttega?

ST: Isegi, jah. Kui me üritasime, siis nad ei avaldanud huvi. Olid nõus asjadega ja siis ütlesid, et „eks te siis tehke“. Ja siis niimoodi me tegime vaikselt. Aga andsime ikkagi teada, et saatsime ikkagi... mis me postitasime seal nende tekste Facebooki, mis me panime, et need nad lugesid üle. Et ikkagi oli neil pilt olemas, mis toimub, aga seda, mida-kuidas teha või mis sihid on, et seda arutelu nende poolt ei olnud. See tuli ise välja mõelda.

AK3: Meil oli siis üks kindel rühmaliige, kes alustas nendega kontakti. Me jäime selle juurde, et tema läbivalt suhtles selle organisatsiooniga. Alguses Facebooki teel ja nad said korra kokku. Kuna pool rühma ei saanud minna, läks kaks rühmaliiget. Said kokku juhatajaga ja siis pigem lihtsalt räägiti äkki organisatsiooni sisust, töökorraldusest, mingitest detailidest ja see degusteerimine tuli „õhust“ lauale. Neil oli lihtsalt vaja. Mina ütlen, et see oli minu jaoks lihtsalt tasuta tööjõu kasutamine, aga meie saime oma tööülesande täidetud. Mingit sisulist kommunikatsioonialast ülesannet, nagu see ülesandepüstitus algselt oli, seda nagu ei olnud. Me võime *rephrase*'da, et jah, me suhtlesime klientidega näost näkku, et see oli elav kommunikatsioon. Tegelikult neil oli lihtsalt inimesi vaja sel hetkel, ja meie saime selle arvelt siis teha enda tööülesande.

I: Aga miks see nii läks?

AK3: Sest seal ei oleks olnud mitte midagi muud teha. Me ei saanud jätkata sellega, et me muudame kogu aeg oma organisatsiooni. Me ei saanud valida organisatsioone selle järgi, mis kommunikatsiooni-väljakutset neil pakkuda on. Ma ei tea, kuidas teistel, aga meil oli pigem see, et me valisime organisatsiooni ja siis küsisime, mis me teha saame. Me juba jäime sellele organisatsioonile truuks, ja siis leiti mingi väljund meile, mida me saaksime selle organisatsiooni jaoks ära teha. Tol hetkel see oli degusteerimine. Me kaalusime ka mingit uuringut või Facebooki teemat, aga see nagu organisatsiooni enda poolt ei olnud üleskorjatav, seega jäime sinna degusteerimiste juurde.

RT: Meil suhtles siis ka üks tüdruk, kes oli ise seal projektijuht, suhtles selle juhatusega. Ja alguses saime väga naljakaid kommentaare meie töö kohta. Et te võite lihtsalt tervislikke eluviise propageerida ja siis nad tahtsid, et äkki me hakkaksime või aitaksime neil kavandada ürituste korraldamise turundust, et nad tahavad sellega hakata tegelema, aga nad ei ole jõudnud sellega absoluutselt tegeleda, et võib-olla meie võiksime sellele alguse panna. Aga kuna meile tundus, et nad ise ka tegelikult ei tea, kuidas seda teha ja kellele seda pakkuda ikkagi, ja kas neil on üldse mõtteid, kuidas seda teha, siis me heitsime selle kõrvale. Meie pakkusime välja neile, et teeme hoopis (*konkreetselt*) Facebooki kampaania. Õppejõud ei saanud sellest üldse aru, see organisatsioon ka, et „oh ma ei tea, meil on niikuinii (*see tegevus*), et milleks seda vaja on“ ja siis me lõpuks jäime omadega jänni ja tegime hoopis tagasisideküsitluse. Ja organisatsioon jällegi ei tahtnud teha, nad ütlesid, et „mille jaoks seda vaja on? Me teame, mis meil valesi on, me teame mis läks hästi,“ et „me teame juba kõike, meil ei ole mitte midagi vaja muuta nende ürituste juures, meil on kõik väga hästi“. Aga me tegime ikkagi selle ära, sest midagi oli vaja ära teha.

PS: Aga mis tagasisidet te siis saite organisatsioonilt? Kas nemad said midagi uut teada?

RT: Jah, nad ei teadnud neid asju, mis küsitlusest välja tuli. Lihtsalt kogu kommunikatsioon nendega oli nii keeruline. Üks juhatuse liige väitis kogu aeg, et tal ei ole aega, siis ta suhtles selle ühe inimesega. Ja kui me lõpuks ütlesime, et sooviksime kõik kokku saada, kasvõi Skype'i teel, et lihtsalt korraks rääkida, mis mõtted on. Raske on, kui üks inimene vaid suhtleb. Siis ta lõpuks leidis selle pool tundi kell pool üheksa õhtul ja siis ta lihtsalt, jah, ka siis ta oli täiesti vastu meie mõtetele. Ei saanudki aru, miks me üldse nagu pidime selle (*organisatsiooni*) valima, kui nad tegelikult ei tahtnud midagi muuta.

AK3: Ja siis te ei saanud enam taganeda ka, jah?

RT: Jah, sest see oli nii kaugele arenenud. Me ei saanud õppejõududele öelda, et „aa, varsti hakkab kursus lõppema, et valime uue organisatsiooni ja hakkame nullist peale“. Me olime nii kaua nendega tööd teinud, et mingid asjad olid juba läbi kukkunud ja siis me pidime asjad ümber mängima, et midagi ära lõpetada. Aga ma arvan, et see oli väga kasulik sellele organisatsioonile. Neil oli palju vigu, mida nad absoluutselt ei tunnistanud. Iseasi, kas nad neid kasutavad järgmine aasta või mitte.

Aga mis te arvate, kes peaks oma suhtumist muutma või kuidas võiks ülesannetes kokku leppimine minna ladusamalt, et kõik oleksid rahul: nii organisatsioon, tudengid kui ka ülikool?

AK2: Minu meelest, kui organisatsioon ei taha koostööd teha, siis väga keeruline on tudengil tema suhtumist muuta. See on pigem probleem, mis algab varem. Ülikoolil peaksid olema koostööpartnerid, kelle peale saab loota. Kes on nõus võtma tudengeid, mitte et „üldse ei viitsi, mul on tegelt 100 asja teha ja siis mul on üks pidu ja siis ma üldse ei viitsi, et sorri“. See on tegelikult jama, et sa oled kokku leppinud ja nemad siis ei võta seda kohustusena. Ma saan aru, et see on ka neile lisatöö, aga nad saavad sellest kasu. Võib-olla tulekski ülikoolil leida neid partnereid.

AK3: Täpselt. Ka hea näide on Turundusklubi majandusteaduskonnas, kes otsib parterid hooajaks ning tudengid hakkavad nendega tööle. Samamoodi, täpselt mis öeldi, et tulekski nii-öelda leida partnerid, kellel on mingi ülesandepüstitus ja tahtmine seda koostööd teha.

AK2: Turundusklubis tihti peale organisatsioonid maksavad peale: kas keegi aitab kodutööga või sponsoreerivad. See näitab, et nad reaalselt tahavad seda abi tudengitelt. Me ei ütle, et meie teaduskond peaks ka leidma kedagi, kes sponsoreerib, vaid tahtmine tudengitega tegeleda.

AK1: Siin ongi see, et see ettevõtte või organisatsioon ei taha ja tudeng on ka „ohohhoo“ ja siis tekibki see lühimik sinna vahele. Samas kui ettevõtted tahaksid ja tuleksid vastu, siis tudengil tekiks omamoodi vastutus, et ta peab panustama.

AK3: Täpselt. Sinu töö ja panus oleks oodatud, mitte et „noh, teeme siis midagi, mul on seda 6EAP-d veits vaja“. Et see ongi täpselt see, et koostöö sünnib mõlema osapoole vahel.

PS: Selle tagajärjel kasvaks ka praktilise kogemuse kvaliteet. Et sa ei pea kuskilt pastakast imema välja mingeid asju, millega „jumala eest“ see organisatsioon nüüd nõus oleks, et okei, teeme siis mingit kodulehe uuendamist. Vaid sul ongi organisatsiooni poolt välja pakutud, et nad ise teavad, mis on kommunikatsioon. Mitte et sa lähed organisatsiooni juurde, et „aa, meil on kommunikatsiooniaselt vaja teid aidata“ ja siis nad on nagu „oh, aidake meid (*suvalise üritusega*)“. Ja siis me mingi, et „kas te üldse teate, mis me tegema peaksime?“.

ST: See viimane oligi just see sama, et inimesed ei teadnud, mida me saame neile pakkuda. Ma olen kindel, et me ei olnud ainsad, kes valisid organisatsiooni, kes ei teadnud, mida meilt oodata või küsida. See jääb nende teadlikkuse taha. Organisatsioonid, mis me valisime, need ei olnud kommunikatsiooni poolega oma tegevuses kokku puutunud, seepärast nad ei teadnud, mida oodata ja küsida.

Kui mõelda selle projekti peale üleüldiselt, siis kuidas toimus projekti käigus koostöö ettevõtetega? Kui palju omavahel suheldi? Mõned ütlesid, et tekkis üks inimene, projektijuht, kes suhtles selle ettevõttega. Kuidas suhtlus ja omavaheline kommunikatsioon lahendatud oli kogu projekti vältel?

AK3: Üks rühmaliige tõi esile selle, et tööde ülesannetel oli vahel ebamäärane vahe. Olid rühmatööd ja individuaalsed tööd, rühmatööd, rühmatööd, siis oli kolm nädalat ja individuaalset tööd ja siis jälle rühmatööd. See inimene, kes suhtles organisatsiooniga, ütles, et see oli täpselt see, et kolme nädala pärast hakkad mõtlema, et võiks jälle suhted üles soojendada. See oli meie isiklik kogemus. Vahepeal jäid suhted sinnapaika ja umbes kahe nädala pärast ja kolme nädala pärast jälle kirjutad. Periood ei olnud pikk, aga temale isiklikult tundus hästi ebameeldiv, et „siin me nüüd jälle oleme, et nüüd võiks jälle midagi teha“. Selles mõttes oli meil pigem lünklik iga teatud aja tagant.

AK1: See pigem võiks niimoodi olla, et kas alguses on individuaaltööd ära ja siis tulevad rühmatööd või vastupidi. Aga just see, kas nädal aega, meil oli see, et tegid rühmatööd, siis keegi ei tahtnud vastutada või tööd ette võtta. Hakati viimasel hetkel tegema. Aga kui teed individuaaltööd, sa saad oma aega ise planeerida. Sa tead, et teed selleks ajaks ära. Ja kui see rühmatöö oleks pidevalt käinud, siis oleks suhtlus ka pidev olnud ning ei oleks olnud sellist asja et „aa, ei tea, kahe nädala pärast näeme, et senikaua ärme siis suhtle“.

AK3: Aga nii meil umbes oligi see.

Aga kas kõik nõustute sellega, et koostöö võiks olla terve semestri vältel?

Segamini: Jah. Et vaheülesandeid ei oleks.

ST: Ennem öeldi siin, et algab individuaalse tööga ja siis hakkab see rühmatöö pihta ja siis läheb ühtlaselt lõpuni.

PS: Või siis jah, tehagi individuaaltöid paar tükki alguses ja ülejäänud semester keskendutakse ainult sellele organisatsioonile. Sellisel juhul on positiivne see, et need projektid, mis ette võetakse, eeldusel, et ülikool on organisatsiooniga koostööd teinud, et meil on tudengid tulemas ja mõelge midagi välja.

Siis need ülesanded oleksid sisukamad ning koostöö oleks intensiivsem ja saaks tegelikult selle ühe semestri jooksul päris suuri asju ära teha. See oleks praktilise kogemuse mõttes hästi positiivne.

AK2: Vähemalt mulle jäi mulje, kui ma rääkisin kursusekaaslastega, kellega seal aines suhtlesin. Tegelikult väga paljud tundsid, et nad ei saanud sellest ainest mitte midagi juurde. Et oligi hästi palju peavalu ja stressi. Meil oli alguses üks kontaktisik, aga lõpuks me kõik kirjutasime, et „aga kas te vastate me kirjadele? Kas te olete veel olemas? Kas midagi juhtus?“. See läks selliseks väga inetuks lõpuks kätte ära ja siis oligi... lõpuks tegime mingisuguse küsitluse Google's. Selleks ei ole 6EAP-st ainet vaja läbida, et seda osata teha ja analüüsida.

AK3: Just, et see ülesannete sisukus oli täiesti null. Selles mõttes see, et ma lähen pakun kaks tundi (*asutuses*) (*organisatsiooni toodet*)?! Me võime nimetada seda *face-to-face* kommunikatsiooniks, aga tegelikult nemad säästsid selle arvelt umbes 40€ iga õhtu. Lihtsalt kui me räägime praktilisest suhtekorraldusest, siis Google Docs ei ole sisukas tööülesanne.

PS: Minu jaoks kõige kasulikumad ülesanded olid tegelikult lugemisülesanded selles aines. Seal pidime raamatuid lugema, ja siis kokku võtma. See oli reaalselt huvitavam. Tundsin, et sealt saab mingeid asju kõrva taha panna. Kui ma praegu mõtlen, et kui küsitakse, et mida ma sellest ainest õppisin, siis ma pigem tootsin neid asju välja, võrreldes sellega, kuidas Facebooki lehti *merge*'da, kuidas kokku leppida kohtumist, et kõik oleksid kohal, ei see ei ole see, millele peaks keskenduma see aine.

Milliste ülesannetega teile meeldiks tegeleda? Kui teete koostööd ettevõtetega, siis mis oleks see, mida te tahaksite teha? Mida te tunnete, et võiks teisel kursusel kommunikatsioonialaselt teha?

AK2: Hästi palju *case studiesi* minema tegema. Sest see peaks olema sama, mis on reporteritöö ajakirjanikel: nad visatakse pea ees vette, nad peavad tegema reaalselt neid olukordi. Kommunikatsioonis sa ei saa reaalselt tekitada neid olukordi tudengitele nii lihtsalt. Aga ongi hästi palju *case studiesi*. Näiteks et, nii, võtate kokku, teil on neli tundi, peate esitama enda lahenduse ja töö.

AK3: Jah, ma olen täiesti nõus, *case study*, ma ise ei tulnudki selle peale. See on hästi hea *point*, et sulle antakse ülesande püstitus ja nüüd et te olete üks kommunikatsiooni juht või grupp, leppige kokku sõnumid, kuidas-kellele te edastate. Selles mõttes sul ongi reaalsed olukorrad.

AK1: Simulatsioonid, läbimängud.

AK3: Jah, läbimängud. See ei pea olema loengus, võib olla ka interaktiivne, kus on rohkem aega grupiga, aga lihtsalt, sellel on mingi õppetund või lahendus olemas, mitte et see ei ole nagu, et täpselt, kas (*organisatsiooni toote promotsioon*) oli hea või halb, vaid sul ongi sellest ülesandest esile tuua õppejõul mingeid punkte, kus sa saad olla parem, areneda. Sul on õppekohti.

ST: Siis on vahetu tagasiside.

AK1: Kui rääkida, et minna veel praktilisemaks, siis on veel põnevam näiteks, kui õppejõud ütleb, et nüüd nädala aja jooksul ma saadan mingi kirja mingi sündmusega ja siis teil on viis tundi aega seda lahendada. Aga te ei tea, kuna ta saadab selle.

I: See oleks tegelikult põnev.

AK2: Midagi, et rohkem oleks pinget peal. Mul küll tundus, et ajasin 6EAP väärtuses mingit mulli, mis oli mingi *pointless*.

AK1: Mind täiesti häiris see, et seal oli grupid, mis eriti ei sujunud, aga siis sul on kolm teist gruppi ka veel taga, mis tahtsid sinult mingit tähelepanu saada. Sa nagu jagasid ühe grupi vahel, teise grupi vahel, ja siis sa nagu ei osanud kuskil olla. See grupp, mis ei suju, ega sa seal eriti midagi ise ka teha ei taha, aga samas sul on mõni teine tähtsam töö, mis on veel kaugemal ja on aega, aga seal kõik töötavad. See tekitab pigem rohkem peavalu.

AK3: Jällegi, me ei pea turundust ja kommunikatsiooni lahku lööma. Meile öeldi küll ühel kohal tagasisideks, et see on turundus, mitte kommunikatsioon. Tegelikult need on põhimõtteliselt sama asi. See aine ei pea jääma sinna kinni, et me võtame reaalsed organisatsioonid lihtsalt. Võibki olla näiteks fiktsiooniline agentuur või sul on mõni *case study*. Lihtsalt sa õpidki rohkem kirjutama seda läbi, sa ei saagi organisatsioonidega Facebookis või Skype's suhelda, kuid sa õpid mingeid olukordi lahendama.

PS: Ja samas, meil oli päris palju külalisõppejõude, neid saaks palju rakendada. Nemad võiks esitada *case studies*, mis näiteks nende organisatsioonis on olnud. Selle läbi saab ka võimalikult realistlikud olukorrad. Mis on päriselt olnud.

AK3: Igal kommunikatsiooniinimesel on vähemalt enda töökogemusest üks selline kriisikommunikatsioon välja tuua. Ükskõik, see ei pea olema, et helikopter kukkus alla. See võib olla mõne töötaja sobimatud pildid Facebookis, et kuidas sa tegelikult seda lahendada. See on sinu ülesanne sisekommunikatsiooni inimesena seda lahendada. Kuidas sellele tegelikult näiteks läheneda.

AK1: Kui sa nüüd tõi need praktilised inimesed sisse, siis minu arust kõige kurvem asi selle loengu ajal oli see, kui reaalselt on vaeva nähtud, et meile kutsutakse inimene esinema ja siis on kaheksa inimest loengus.

AK3: Nojah, sest võis puududa.

AK1: Jah. Samas on see selle pärast ka, et kuna sul need grupitööd ja asjad tekitavad tahes-tahtmata mingit vastikust, siis sa eriti sinna loengusse ka minna ei taha.

Koostöö jääb, grupitööd jäävad vähemalt esialgu.

AK2: Organisatsioonide koostöö jääb?

Jah, see jääb, võib-olla tulevikus pikemas perspektiivis pannakse mingid muud *case study*'d ka juurde.

RT: Gruppe võiks saada ise moodustada. Meie suurimaks probleemiks oligi see, et me olime nii erinevad inimesed. Mina ja üks tüdruk oli veel meie kursuselt ja ülejäänud olid igalt poolt mujalt. Väga raske oli sobivat aega leida, et saada omavahel kokku. Samuti olid huvid nii-nii erinevad.

ST: Mina arvan just vastupidi. Minu arvates see töötab. Muidu on niimoodi, et niigi tublid-paremad koonduvad kokku ja teevad hästi ära, ja siis need, kes on kõrvalerialadelt, siis nemad/

AK1: /seal oligi just see mõte, et oleks erinevate taustadega inimesed.

RT: Aga meie läksime näiteks seepärast täiesti tülili omavahel, et üks tüdruk vahepeal istus niimoodi ja mossitas, et tema enam ei räägi.

ST: Ega meil läks ka päris teravaks ja taheti kedagi välja visata.

PS: Aga võib-olla ongi see õppekoht, et pärismaailmas peab ka tööd tegema inimestega, kes ei ole su sõbrad, kes on täiesti erinevad sinust?

RT: Aga sa oled ühes organisatsioonis, nad on sinu töökaaslased, nad on koondunud mingite ühiste huvidega. Sa ei tule näiteks traktoristi või mingit professorit...

ST: ...ikka võib olla nagu.

RT: See ei olnud probleemiks pigem. Pigem olid, jah, need, kuidas tööd tehti, ja kes oli kelle poolt.

AK2: Meil oli ka see häda, et mina ja kursaõde käisime kohal. Ja ülejäänud kolm ei käinud praktiliselt üldse loengutes. Ja lõpuks oligi see, et me läksime ette, meil ei olnud mitte mingit motivatsiooni. Ütlesime, et siin me oleme. Küsiti, et kuidas töö sai tehtud, ütlesime, et halvasti. Jube jama oli, et keegi ei aidanud. Ja meil oli motivatsioon nii maas, sest keegi ei viitsinud panustada. Aga me ei saanud neid välja ka visata, seda võimalust ei olnud. Mina olen selle poolt, et ülikooli lõpuks on juba arusaam, kes teeb tööd, keda saab usaldada. See on nõme, kui sa pead ise tegema ära 50% tööst, kui peaksid panustama 20%.

AK3: Siis tuuakse klauseliks seda, et sa pead inimestega niikuinii koostööd tegema, aga noh, sul on tegelikult mingi valikuvõimalus olemas, kellega sa edaspidi koostööd teed. Ma olen nõus sellega, et kõrvaleriala tudengid peaksid olema põhieriala tudengitega samas grupis, aga mingil määral ma hästi tajusin seda, et kui mina oleks tahtnud seda ainet võtta prioriteediks, siis paratamatult terve rühm seda ei tee. Tekib see tunne, et üks panustab rohkem ja teine vähem ja siis ei panusta lõpuks mitte keegi.

Aga mis te arvate, mis motiveeriks neid panustama, kes seekord ei panustanud sinna nii, nagu võiks?

AK1: Ma ütleks selle aine kohta selle ära, et minu arvates on hea näide see kriisikommunikatsioon, kus oli ka üks tüdruk kõrvalerialalt. Õppejõud talle ütlesid ära, et parem oleks kui sa ei võtaks seda ainet. Midagi siukest oli jah, et selles mõttes sa ei saa aru lihtsalt.

(läbisegi arutelu)

AK1: Jah. Tal oli see vabaainena jah. Siis ma nagu mõtlen samamoodi, kas on mõtet seda kõigile kohustuslikuks teha või mitte.

Siin ma segan vahele, et sellel ei ole arutelu. See on paigas, see on aastaid olnud avatud ka kõrvalerialadele ja seda soositakse, et kõrvaleriala inimesed tuleks ka.

AK3: Ma olen ka nõus sellega, aga jällegi, seal pead... ise valitud gruppide puhul tekib juba loomulikult see välja. Tekib loomulik valik, et aktiivsemad võtavad aktiivsematega ja mitte nii-aktiivsed võtavad mitte nii-aktiivsetega, ehk siis kõik mitteaktiivsed saavad olla omaette üksinda grupis. Jällegi, seda ei saa garanteerida, aga lihtsalt, et kujutan ette, et tavaliselt selline valik on minu arvates, võib öelda, et nagu poliitilises kommunikatsioonis tekkis selline loomulik. Lihtsalt, et see isevalik, seda võib natuke reguleerida, et sa paned igale rühmale ühe või kaks, aga mingil määral see hoiab sarnased inimesed koos ja siis töötatakse mingite asjade puhul rohkem.

Oletame, et ettevõtted on ülikooli poolt välja otsitud, kes tahavad kommunikatsioonialast abi. Ja neile määratakse grupp, kuhu on kõik mitteaktiivsed kokku sattunud. Kuidas te garanteerite selle, et Tartu Ülikooli hea nimi ei saaks määratud?

RT: Seda ei tea ette, kes on mitteaktiivne ja kes on aktiivne.

(Läbisegi arutelu - omavahel ikka teatakse)

Kui on mitteaktiivsete punt moodustunud ja nemad peavad mingi ettevõtte kommunikatsiooni hakkama parendama, siis kuidas vältida hilisemat pettumust?

RT: Kas see ei ole suurem probleem Tartu Ülikoolis, et need inimesed, kes lasevad koguaeg stabiilselt võimalikult madalalt läbi, et miks nad üldse jõuavad nii kaugemale. Sest minul küll on tekkinud mõne tudengi puhul küsimus, et ta ei tee mitte midagi, et ta on ikka koolis.

AK3: Jah, täiesti nõus. Sul on need, kes tasapinnaliselt vaikselt poevad kõikide asjade alt läbi, ja see inimene satub minu gruppi. Ütleme, et see aine on eristav, ja mina olen sihuke, ma ei ole küll mingi stipendiumi inimene, aga ma tean, et meil on paar sellist, kelle keskmine hinne on 5, ja ta saab temaga ühte punkti, et siin on jällegi see, kas see on õiglane või ebaõiglane. Et tema, kes ei viitsi, saab tublima arvelt parema hinde.

PS: Siis on tulemus see enamasti, et see viieline teeb töö ära. Selles suhtes oleks see õiglasem, kui aktiivsed võtavad aktiivikutega punkti ja vastupidi, siis ei ole kellegi külge klammerduda, kes selle töö ära teeb, sest kõik on need, kes ei tee kunagi tööd. Aga kuidas seda halba nime mitte tekitada, ega garantiid ei olegi. Enne sa küsisid, kuidas motivatsiooni suurendada. Kui inimestele tekitatakse suurem vastutustunne ja et nad näeksid, kui nad midagi halvasti või valesti teevad, et sellel on reaalsed tagajärjed, siis see tõenäoliselt muudaks midagi. Need, kes niisama liugu lasevad, tõenäoliselt teevad seda sellepärast, et neil on võimalus seda teha.

AK3: Tekib see tunne, et sa pead realselt vaeva nägema, et sa selle aine läbitud saaksid.

RT: Ma arvan ka, et need mitteaktiivsed hakkavad lihtsalt tööle, kuna nad näevad, et keegi teine rühmast ei tee.

PS: Nagu (*üks õppejõud*) on, tema (*konkreetses*) aines, kui sa tööd ei tee, siis sa ei saagi seda ainet läbida, aga tegelikult nii peakski olema.

RT: See on kurb, et nii vähe on neid ained. Praegusel semestril, võtsin sotsioloogia, see on ainuke aine, kus realselt pidi tööd tegema. Ülejäänutes mitte. Ja infoõigus ka, aga ülejäänud on jah sellised

teised. Aga see on jama. Peaks olema rohkem sellist enda eest seismist, pingutamist ja tööd, et kui sa tunnend, et sa ei tee tööd, siis lähebki halvasti.

AK3: Variant on ka teha, et sul on osaline hindamine või noh nagu, mitte osaline, vaid erinevad. Et sa paned töö peatükkide taha nimed ja sa saadki hinde vastavalt oma peatükkidele. Aga see on jällegi see, et kannatab selle organisatsiooni kogu kommunikatsioon. Et lõppude lõpuks, mis me sinna paberi peale paneme, see ei mängi nii suurt rolli võrreldes sellega, mis mulje me endast tervikuna jätame. Seda saabki ainult lahendada sellega, kui inimestesse tekitada tunnet, et sa peadki reaalselt vaeva nägema.

AK1: Põhimõtteliselt annad talle reaalse ülesande, kui sellega hakkama ei saa, võid ülikoolile „ei“ öelda.

AK2: Üks võimalus on see ka, et igal organisatsioonil on kaks gruppi, ta ei hakka gruppe omavahel kokku panema ega segama, aga lõpuks on selline suur kokkuvõte, mis meeldis ühe või teise grupi puhul, aus kriitika mõlema grupi puhul, mis kohati on minu arvates liiga pehmeks läinud. Sest kui üks õppejõud julges teha ausat ja otsest kriitikat, siis minu juurde tuli üks kursusekaaslane ja ütles, et „issand, milline *bitch* ta on“. Ja ma mõtlesin, et misasja?! Et kui me ülikoolis ei saa ausat kriitikat, siis mis me tööpõllul hakkame tegema.

PS: Ja see lisaks hästi laheda võistlusliku momendi, et sa pead olema parem kui teine.

Et kaks gruppi töötavad ühe organisatsiooni kallal. Kas sellega ei tekiks probleeme ettevõtte kontaktisikul hallata kaht erinevat punkti?

AK3: See ongi, et kui reaalne ülesandepüstitus see on. Et kui sa pead haldama Facebooki lehte, siis ilmselgelt sa ei saa kvaliteeti lasta nii, et üks nädal teeb üks ja teine nädal teine, ja siis, et las ettevõtte Facebooki leht olla, las nad proovivad. See ei saa minna sinna kvaliteeditasandile. Et kui reaalne see ülesandepüstitus on, et kas sul on koostööettevõtte, kellega on pigem hüpoteetiline ülesandepüstitus ja äkki neil tulevikus on vaja seda. Aga kui see on reaalne, et „hallake meie Facebooki lehte“, siis ilmselgelt ei saa kahte gruppi panna.

ST: Aga see taandub ikkagi juhtumitele, siis oleks lihtsus. Ei ole mõtet segada reaalselt olukorda, et keeratakse midagi negatiivsemaks hoopis.

AK1: Aga kui sa paned kaks gruppi, siis tekib see probleem, et sa ei saa neile anda reaalseid ülesandeid. Ja kui sa neile reaalseid ülesandeid ei anna, siis neil ei ole vastutust. Ja siis ongi see, et sul üks grupp veab ja teine tuleb kuidagi tagant järgi.

AK3: Ja ainuke vastutus ongi see, et mis hinnet sa tahad. Ja enamusi ongi see, et „aa, ma ei tea, D kõlbab ka“. Et jah, see kaks gruppi teoorias tundub hea mõte, aga tegelikult praktikas selle aine raames äkki see nagu ei sobi.

ST: Kahe grupiga saaks kui konkreetne juhtum antakse mõlemale, et nad peavad kogu juhtumi lahendama ise.

AK1: Kaks gruppi töötaks niimoodi, et isegi kui ei anta seda reaalselt siis töötab see „pulleka meetod“, et kui on kolm nulli, siis kukud aine läbi. Siis on see, et mõlemad grupid pingutavad, et mitte nulli saada.

AK3: Ma saan aru, et õppejõud ei taha ka, et inimesed nende ained läbi kukuks. (*Konkreetne õppejõud*) ju tahab ka, et inimesed töötaks selle nimel. Ma ei tea, kas see kolme nulli meetod toimiks. Aga lihtsalt minul oleks väga raske grupis olla inimesega, kellel on täiesti suva. Nii et kas ma lõikangi ta kohe alguses välja ja ei arvesta temaga. Ja ma tean, et siin päris mitmes grupis oli lihtsalt seda vedamis, ja ma tean, et ka tema võib öelda, et nad kursaõega kahekesi olid kohal ja kolme lihtsalt vedasid.

RT: Meil alguses tundus, et kõik rühmaliikmed töötavad. Mingi hetk aga kadus üks poiss ära, enam ei vastanud kirjadele, mitte millelegi, ei tulnud isegi sinna loengusse kohale. Siis me rääkisime õppejõududega, et see ei ole okei, et ta hinde saab. Meie saime ta välja visata.

AK3: See taandub selleni, et tudengid teavad, kellega nad tahavad rühmas olla. Ja kui sul on ikkagi tugev rühm, siis see organisatsioon võib saada väga hea nagu, ühe halva kõrval saada kolm väga head.

PS: Ja see, mis sa ütlesid, et teie võtsite selle kätte, te võtsite endale selle vastutuse, et nii ei ole okei teha, aga paljud inimesed nagu mõtlevad, et „no okei, ma ei taha väga kaebama ka minna, las ta siis lohiseb minu kulul“.

RT: Me pikka aega mõtlesime, kas laseme tal lohiseda või mitte, aga siis ikkagi mõtlesime, et see ei ole okei.

PS: Jah, see on õige niimoodi teha. Kui ma ütlen, et väga paljud ei tee seda, mistõttu need läbilohisejad ikkagi lohisevad läbi, et nagu selles suhtes see nullisüsteem on see, ei, see nullisüsteem läheks vaid sellisel puhul, kui iga grupiliige saaks eraldi tagasisidet, aga iseenesest see on rakendatav. Isegi mitte niimoodi, et sa kirjutad iga osa taha kellegi nime, sest igas grupitöös ei ole võimalik jaotada asju täpselt omavahel.

AK1: Aga iga ülesande lõpus annad igale grupiliikmele tagasiside. See on kõige lihtsam. Kas numbritega või kirjutad sõnadega, et meeldis see, et tegi tööd. Alguses oli see, et polnud kättesaadav, kuid hiljem oli, päästis meid ära, mis iganes. See nädal oli halb, järgmine nädal on hea, kokkuvõttes õppejõud vaatab pärast tervet seda grupitööd ja ütleb.

ST: Et grupiliikmed ise annavad kõigile grupiliikmetele tagasisidet.

Jooksvalt siis, jah?

AK1: Jah, iga ülesande lõpus.

PS: Ja see kõige paremini toimiks kui see oleks anonüümne.

AK1: Jah, seda näeks ainult õppejõud.

PS: Just, sest muidu on see, et ta on mu sõber, ta ei tööd üldse, aga ei taha „keerata“ ka.

AK1: Ühe aine lõpus me rakendasime ka seda.

AK3: See oli (*kahe õppejõu*) aine.

AK1: See oli päris hea tegelikult.

AK3: See ei olnud planeeritud, seal lihtsalt läkski nii lappesse kui lappesse terve see aine grupitöödega. Ja nad lihtsalt tegidki, et reguleerida hindamist, siis anonüümselt inimesed said anda grupiliikmete kohta tagasisidet.

AK1: Meie grupil erilisi probleeme ei olnud, kuid paljudel oli, et ma kujutan, et see oli päris kasulik.

Kui nüüd mõelda tuleviku peale, et jääb ikkagi selline süsteem. Oletame, et on motiveeritud ettevõtted, kes teavad, mis on kommunikatsioon ja teavad, et neil on asju, mida parendada ja mida reaalselt teha. Ei ole lihtsalt tasuta tööjõud, vaid on reaalne abi tulevaste kommunikatsioonispetsialistide näol. Mis mõtted teil sellega seoses veel tekivad? Millele tuleks tähelepanu pöörata? Mis võiks jääda samaks, nagu praegu oli? Mis võiks muutuda?

AK3: Nüüd tahaks peegeldada seda, mis meil üldse seal nagu tööülesannetes oli, mis me tegema pidime, aga ei mäleta.

AK1: Muutuda võiks kindlasti see, et oleks individuaalsed ülesanded esmalt ja siis grupitöö. See oleks ühtlasem. Samaks võiks jääda mingisugune loengu ülesehitus, et vist oli neli tundi, et kas kaks tundi rääkis Tiiu ja kaks tundi külalised, et see oli päris *chill*.

PS: Ja see külaliste kasutamine oli hästi hea. Tõesti, ma sain esimest korda päris hästi aru, mis kommunikatsioon on.

AK1: Pluss see oli hea, et nad rääkisid praktilistest näidetest ja enda näidetest.

AK3: Et paratamatult on sellisel erialal vaja ikkagi tugevaid praktikuid ja see on see, mida praegu ei ole meil tegelikult kommunikatsiooni erialal. Ja meil käib küll külalisõppejõude ja neid peakski käima, sest täisajaga ilmselgelt praktik õppejõuks ei tule. Seda võiks kindlasti jätkata ja kas tehagi see nagu 2+2 meetod, ehk täpselt et, külalisõppejõud, äkki mingi ülesandepüstitus ja siis Tiiuga mingi tagasisidestamine. Võib-olla teda ka õppetöösse kaasata. Kuidagi need ülesandehitused olid ka...

ST: ...kaoatilised. Meil oli ka see probleem, et tihti me ei saanud ise aru. Siis me üritasime rakendada, et kes-mida teeb, et jaotame ülesanded ära ja siis kõik tulevad uuesti küsima, et oot-oot-oot, ma ei saanud üldse aru, mida tegema peab. Ja siis teed umbes ära ja teised saavad teistmoodi aru. Selline oli ka, et olid erinevad proportsioonid, et teeme ühe osa ära, siis järgmine nädal oli uus kodutöö, siis nagu omavahel rääkisime, et nagu, selle kodutöö kirjelduse järgi me tegime ju eelmine nädal, et mida me nüüd tõesti kirjutame?

PS: Kusjuures meil oli ka niimoodi, et kuidagi tööd kippusid olema niimoodi, et esitame esimese grupitöö ära, siis järgmine nädal loeme töökirjeldust, okei, meil on vaja teha, jah, tõesti mingi ülisarnane asi, noh, lisame mingi pool lehekülge uut asja. Põhimõtteliselt saatsime sama faili, millele olid mõned parandused tehtud, ja kolmas kord oli jälle niimoodi.

AK3: Ma korra võtsin selle Moodle lahti ja ette, siis tuli meelde jah, et ülilamp oli üks rühmatöö, mis oli meediakanalite töö, mäletate? Kus pidi meediakanaleid analüüsima, enda ettevõttest lähtuvalt. See oli täiesti... kui oli mingi (*organisatsioon*), et lihtsalt see, et järsku hakkasid (*organisatsiooniga*) seostuvat meediat otsima, siis see tegelikult oli monitooringu harjutus, aga see oli kentsakalt seotud. Meie oleme, kes rohkem kõrvalerialal teinud, on vähem teinud, aga noh, meie näiteks mingi polkommis sa teedki kõik ülesanded monitooringu põhisealt. Ma sain aru sellest ülesande vajadusest, aga see seotus organisatsiooniga oli niivõrd väike, sest meie kommunikatiivsed väljakutsed olid teises suunas, need ei olnud meediaga seotud, aga järsku me pidime mingeid meediakanaleid uurima, mis on okei, sest monitooringut peabki õppima, aga lihtsalt see seotus oli hästi veider.

ST: Kas meediakanalid olid ka ette antud vist?

AK3: Jah, seal valisidki mingid 2-3 tükki.

ST: Ma mõtlengi, et mul napilt vedas, et ma sain ETV. Maahommikust ma suutsin välja mõelda paralleelid selle (*organisatsiooniga*), see oli niimoodi, et see asi võiks toimuda seal (*organisatsioonis*).

AK3: Sa nagu pingutasid nii hullult, et seda seost leida. Ja siis oli see ka, et kirjuta pressiteade seoses enda organisatsiooniga.

AK1: Ja siis kõige naljakam oli see, et mingi hetk öeldi, et see peab olema tõsiseltvõetav, et ta ei tohi olla fiktsioon. Ja siis ma mõtlesin nagu kolm tundi, et mida ma nüüd sellest (*organisatsioonist*) kirjutan.

AK3: Täpselt, seda pressiteate püstitust olekski võinud anda lihtsalt nagu, et sul on välisminister, kes läheb sinna ja juhtus see asi, et kirjuta sellest huvitav pressiteade. Meil tuli (*organisatsioonist*) kirjutada pressiteade ja ma kirjutasin mingi täiesti kentsaka fiktsiooni, kuidas (*üks avaliku elu tegelane*) hakkab mingit (*organisatsiooni*) asja. Harjutuspunkt oli õige, et pressiteate kirjutamist harjutada, aga lihtsalt see püstitus, jällegi, oli veider.

PS: Aitaks see, kui organisatsioonid, millega koostööd teeme, et kui neil on olemas juba kommunikatsiooniosakond ja nad teavad, mis nende kommunikatsioonialased väljakutsed on, tõenäoliselt suuremad organisatsioonid. See annaks rohkem materjali, millega töötada. Et see pressiteate kirjutamine või meediakanalite leidmine ei tunduks kuidagi imelik.

AK1: Aga kui mõtleks hoopis vastupidi, et organisatsioonidel oleks olnud pressiesindaja või keegi selline inimene olemas, siis oleks neid praktilisi ülesandeid tema kaudu poole lihtsamini, suhtlus oleks poole suurem olnud.

Segan selle koha pealt kohe vahele, et sellist asja päris teha ei saa, sest tegelikult on praktika kommunikatsiooniassistendina, mis kõigile kohustuslik meie eriala inimestele, see seisneb selles, et sind juhendab oma ala professionaal. Eesmärk on ikkagi ainet mitte teha praktikandi ja tööandja suhteks. Et oleks ikkagi sellige *good cause*, et on sihuke ettevõtte, kellel on reaalselt see vajadus olemas, sest ei ole endal kommunikatsiooni- või turundusinimest, kes asja veaks.

AK3: Ma olen nõus, lihtsalt neid ettevõtteid, kes juba mõtleks selle peale, et „oh, mul oleks vaja mingit turunduskommunikatsiooni inimest, aga mul ei ole finantsi“, neid organisatsioone on vähe, sest enamus ei teadvusta endale seda, et neil võib-olla oleks seda inimest vaja.

Aga kuidas seda teadlikkust tõsta? Et okei, meil on selle aine raames vaja leida kaheksa ettevõtet. Mida teha, et nad oskaksid välja mõelda, mis oleks see, mida tudengitelt eeldada?

PS: See olekski see, et ülikool ise on selle eeltöö ära teinud.

AK3: Aga lihtsalt et, kuidas seda teha ülikooli poolt. Et kuidas sa leiad need ettevõtted üles.

ST: Iga semester kaheksa ettevõtet, kes peavad arvestama, et võib-olla nad ei saa mitte mingit tulemust.

AK1: Ei ole iga semester ju. Iga aasta.

ST: Seal oleks ikkagi kaheksa, jube töö ju otsida uuesti kaheksa uut, et tahaks kätt proovida, aga tõesti ei luba midagi.

AK3: Sellepärast on, ma saan aru, et need organisatsioonid praegu on *must*, aga tuleviku mõttes mõelda, et siduda esinejad ja külalisõppejõud ja *case studied* omavahel, et oleks reaalne *touch*, sest ma usun, et igal kommunikatsioonijuhil on olnud väiksem kriisikommunikatsioon, et saabki püstitada selle eelneva nädala ülesandena ja sealt edasi minna lahenduseni. Et ma ei tea, kust sa neid organisatsioone tegelt leiad.

ST: Praegu ongi see, et võtame päris organisatsioonid, siis see reaalne puude on olemas. Aga see lähebki see, et meil ei ole probleeme või olukordi, millest õppida. Sellepärast ongi lihtne teha juhtumid, millel on õigemad ja valemad vastused. Kõigile anda see kätte ja kõik saavad sealt seda põhilist praktilist kätte.

AK3: Sest jah, kui sa võtad mingi organisatsiooni, siis ülesande püstitus võibki olla see, et tee Facebooki leht, *merge'i* ja *boosti*, aga see on nii väike osa sellest. Võib-olla mul on jällegi hea võrrelda, sest ma olen sellest asjas sees olnud natuke aega, aga lihtsalt, need kaks asja jäävad üksteisest nii kaugele. Ma saan aru, et see aine peaks olema praktiline, aga lihtsalt, see vahe praeguse ja eelmise kogemuse vahel on nii suur, et ma ei tea, kuidas seda vahemaa tuua nii väikseks kui võimalik. Ma saan aru, et see ongi hea valik, et organisatsioonis on päris inimesed, päris organisatsioon, päris vastutus, päris ülesanded. Aga lihtsalt, et kuidas on sul võimalik valida organisatsioon, kellel on ka reaalne ülesandevajadus, et mitte ainult Facebooki tegevused.

RT: Saab ju kuidagi Tartu ettevõtted välja valida ja siis ülikooli poolt keegi helistab või saab nendega kokku, teeb eeltöö ära.

PS: Või kasvõi vaatab üle oma teadjama pilguga, et kui see organisatsioon toob välja, et neil oleks vaja teha seda-seda-seda, siis see inimene oskab paremini öelda, võrreldes tudengiga, et kas see ülesanne võiks kommunikatsioonialane olla või kas see ülesanne on saavutatav või mida iganes. Siis ta

oskab nagu tagasisidestada seda organisatsiooni ja koos leiavadki, et okei, siin on kaks ülesannet, mis võiksid käia, ja siis leiame tudengid.

AK3: Siin laua taga vist (*üht organisatsiooni*) ei ole, vist. Et ma korra mõtlesin, et me tegime ühes loengus nendega peegeldust, siis ma ütlesin neile ka, et tegelikult megasuur vastutus, et nad põhimõtteliselt tegid Facebooki kampaania, mis sai umbes kolm laiki ja nad võtsid selle kampaania nagu paari tunni pärast maha. Ehk siis nagu tegelikult jällegi, et kas see on see koht, et Facebook on megaspetsiifiline ja mega... et seda hästi teha, sa pead olema väga osav. Et kas sellist asja organisatsiooni poolt tudengitele anda, et nüüd enne nende Facebook oleks hullult super olnud, aga lihtsalt see on jällegi sihuke riskikoht, et tudengid kindlasti õppisid sellest midagi, aga kas see ettevõtte Facebooki leht oli selle jaoks õige või mitte.

Kui mõelda selle peale, et reaalses maailmas ongi agentuurid olemas ning on ettevõtted, mis lähevad sinna ja esitavad täiesti suvalisi mõtteid. Näiteks tuleb põllumajandusvaldkonnast, et nad tahavad rohkem kliente saada juurde, et siis peab ka kommunikatsiooniinimene selles agentuurist leidma selle viisi selle tegemiseks ja tegema seda uuringupõhiselt. Mis te sellest paralleelist arvate selle ainega võrreldes?

RT: See on hea, kui neil on mingi vajadus, aga praegu ma sain aru, et tihti ei olnudki mingit vajadust sellel organisatsioonil. See on palju raskem, kui nad ei tahagi midagi.

AK3: Jällegi, mina jään sinna oma hüpoteetilise poole, et tegelikult sa võidki teha väga tõsise läbimängu sellega, et sul pannakse kirja, ütleme, et sa teedki viieliikmelise agentuuri, sul on Tiiu Taur oma isikus, tuleb ütleb „Mina olen põllumajandusettevõtte *Something Agro* ja mina tahan müüa seda asja“. Et tegelikult peab hakkama agentuur kohe mõtlema, et mis ettevõtte, mis kliendid praegu, mida ostetakse, mida kasutatakse, kuidas on varem müüdud. Seal peab mingi taust olema.

PS: See näide, mis sina tõid, seal tulebki oluline vahe sisse. Sel puhul kui ettevõtte tuleb agentuuri juurde, siis tal on omalt poolt mingi motivatsioon ja ta ise on teinud selle seose, et tahan A-d ja tahan selle jaoks pöörduda kohta B. Aga kui meie lähme tudengitena ennast pakkuma, siis need organisatsioonid ei ole seda *linki* ära teinud ja siis nad ongi sihukesed, et „okei, ma ei tea, võite (*organisatsiooni toodet*) pakkuda inimestele“ või mis iganes.

RT: Sest tudengile ei paku see midagi, kui ta otsib. Ma arvan, et iga tudeng on kirjutanud organisatsioonidele, et kuidas see otsimine käib. Selle aine raames me ei pidanud seda selgeks saama, kuidas kellegi poole pöörduda, et need organisatsioonid võiks ees olla. Need ülesanded peaksid meile midagi õpetama, mitte, et kuidas leida organisatsiooni, kellele kommunikatsiooni teha.

AK3: Mul tuli vabatahtliku praktika kaitsmisel välja see, et me ei ole siia maani kommunikatsioonis õppinud sellist asja nagu *copywriting* ja see oleks üks koht, kus saab seda teha. Et kui sa oled agentuuri rollis, siis sina oled see, kes peab *copywriting* 'ud välja pakkuma. Ja pluss nagu mingi ise olin kimbatuses siukse asjaga, pidin kõneisikule kirjutama sõnumeid või kõnepunkte.

AK1: Kõnede kirjutamine.

AK3: No tere talv, *have not done that* nagu mitte kunagi! Et kust ma alustan, kuidas need peavad sõnastatud olema, nagu *excuse me*? Täiesti, ma olin nagu puuga pähe saanud, et mida ma tegema pean, et selles mõttes sa õpidki enda kogemustest, aga kui mul oleks mingi, see sõnumi kirjutamine ei ole päris selline, et „Meie toetame kirju koera suhkrusisaldust“ et see ei saa päris see olla. Et kuidas neid sõnumeid tegelikult kirja panna, õigustada ja jällegi siit tuleb see, et seda saab sinu eest teha agentuur ja näiteks kasvõi kuidas nende sõnumite pealt minna edasi sisuturundusse. See on jällegi järgmine kommunikatsioonikanal, mida saab harjutada. Kuidas kirjutada sisuturundusartikleid enda kõnepunktide pealt nii, et inimesed väga loogiliselt aru ei saaks, et see on *in your face* sisuturundus. See on jällegi see, kuhu meil on väga pikk maa minna. Et sihukesed igapäevased kommunikatsioonitöö väga praktilised osad, oleneb loomulikult tööst ka.

AK1: Olgem ausad, meil on sellist kirjutamist vähe, mingi loovkirjutamine.

AK3: Kirjutamist on palju, aga akadeemilist kirjutamist.

AK1: Selles mõttes jah.

ST: Siin ei tohi ära unustada, et mul endal peaaegu on ka just see, et seal tahavad kõik hästi palju praktilist, et kohe tööle asuda sotsiaaltöö valdkonnas. Aga ongi see, et Tartu Ülikool ongi akadeemilise suunitlusega kõrgkool, see ei ole rakenduskõrgkool, sellega tuleb arvestada, see on tema kuvand, seal edasi on teadus jne.

AK3: Nõus, aga samas kui meil on 180EAP-d kus meil on palju akadeemilist, siis võib-olla üks 6EAP-d praktilisem, siis ma olen täiesti nõus, et ma ei oota seda igalt ainelt, sest ma õpin Tartu Ülikoolis, mis on akadeemilise suunitlusega, aga ma arvan, et see praktilise suhtekorralduse aine on täpselt see koht, kus inimene saab katsetada ja talle saab anda konstruktiivset tagasisidet.

AK1: Kui tal on nimi juba „praktiline“, siis ta võiks olla praktiline.

Milliseid ülesandeid teile meeldiks veel selle aine raames teha? Mida te tunnete, et tahaks kommunikatsioonialaselt õppida? Mida saaks võib-olla nende organisatsioonidega ühendada kuidagi? Mis tunduks selline piisavalt tehtav ja piisavalt väljakutsuv?

PS: Minu arvates oleks hullult lahe *case studiedest* üks aste edasi, kui sul ongi näiteks mingisugune..

Me räägime koostöödest ettevõtetega.

PS: ..ma räägin lihtsalt oma mõtte välja. Kui sul ongi näiteks kriisikommunikatsioon, sul tuleb fiktiivne ettevõtte, kes on mingi „aa, meil on kõik pekkis, lahendage asi ära“, siis sa simuleeridki selle läbi, sa pead kõne pidama klientidele, kes on maru vihased, või koostööpartneritele, et sa tajud reaalselt seda stressiolukorda, see oleks praktiline.

AK3: Stressi puhul oleneb, mida need ettevõtted tahavad.

Aga kui jätta kõrvale see, mida nad tahavad ja kujutada ette, et nad tahavad teha täpselt neid asju, mida teie tahaksite teha, siis mis need asjad oleksid?

AK3: Äkki ongi mingi turunduskommunikatsioon. Ehk siis täiesti näiteks, et kas sa paned plakatid kuhugi või ei pane. Jällegi, see on hästi turunduspõhine, aga osades ettevõtetes ei ole seda eraldi. Aga et näiteks sul on mingi kampaania, see võib olla ka näiteks töötajatele suunatud sisekampaania, siis ta on rohkem kommunikatsioonialane, või sul on vaja viia läbi muudatus, et igal ühel, kui muidu oli 10 paberit printida, siis nüüd on viis, et meil ei ole seda paberit ja siis see, et kuidas sa viid selle sõnumi kohale, mis vahendeid sa selleks kasutad, kui pikk see protsess võiks olla... kuu-kaks-kolm? Et see on see sõnumite seadmine ja see ongi kommunikatsioon.

AK1: Kas ma saan õigesti aru, et organisatsiooniga tihedamalt seotud sisekommunikatsioon siis jah?

AK3: Ma lihtsalt ise olen sisekommunikatsioonis, et mul on lihtsalt nii hea näiteid tuua.

Kujutame ette, et väiksemad ettevõtted, kellel ei ole kommunikatsiooniinimesi, nad on tavalised sellised pigem. (Ühes konkreetses väikses organisatsioonis) tegelikult seda sisekommunikatsiooni nii suurel määral ei pruugi olla. Aga mis asjad veel võiksid olla?

AK1: Isegi kui sul on (*väike organisatsioon*), siis seda sisekommunikatsiooni võiks ikka paremaks teha. Nagu ma aru sain, siis olid nemad, kes ei saanud Facebooki asjast aru. Et ka see väline kuvand, kuidas pöördud oma kliendi poole, see (*organisatsioon*) samamoodi, et okei, ma saan aru, et neil alguses tuli kaks *like*'i, aga võib-olla oleks seal pidanud olema see, et selliste asjade juures oleks võinud õppejõud pigem juhendada rohkem või seal kohal olla.

AK3: Nad tegidki need plakatid ise, aga noh, meile ei ole disaini õpetatud.

PS: Seda *how-to-d* on suht vähe. Ülesannete puhul olid nii vabad käed antud, et alates Facebookist lõpetades mingi ruumi kasutuse väljamõtlemisega, siis tõenäoline on, et meil ei ole kõigil *mad-digital-market-skills* või mis iganes skille vaja on, et sind kuidagi aidataks selles protsessis. Võib-olla kui neil oleks olnud mõni teadjam inimene, oleks tulnud rohkem laike, või oleks öelnud neile, et (*see organisatsioon*) ei ole asi, mida turundada Facebookis. Et sind visatakse vette...

AK3: ..siin võeti nagu iga antav õlekõrs, siin ei olnud valikuid, vaid sa võtsid selle, mis anti, ja sa püüdsid ühe aeruga ujuda. Aga kui tulla tagasi sinna, mida võiks teha, siis ma usun, et väikeste organisatsioonide puhul tegelikult see, mida nad tahavad, on turundus. Ja see, mida nad tahavad, on nende nime tuntus. Ja see on see, mida sa ilmselt lähed esimese asjana lahendama sotsiaalmeediasse.

AK1: Ja samas nagu, kui rääkida sellest ainest, kui pead endale ise organisatsiooni leidma, siis sa enamasti leiad selle väikese organisatsiooni üles.

AK3: Praegu on ka, et ega tegelikult, meil on ikkagi vaja inimestele kommunikatsiooni. Meile ei anta (*üht teatud suurt organisatsiooni*), meil on vaja, *whatever*, üks pood kuskilt külast ära võtta, et mis nüüd saab? Vana hea pangautomaadi teema. Et mis nüüd saab. Kui me võtame (*organisatsiooni*), siis sul on rohkem sotsiaalset sõnumit, mida kanda, et näiteks kuidas sa oma sõnumiga lähed. Näiteks (*ühel organisatsioonil*) läks hästi, sest seda jagati Tartu Ülikooli Facebooki lehel, et see sõnum, mis nad tahtsid pakkuda, see tegelikult levis. See oli selles mõttes hea näide, ma tean, et see koostöö ei olnud just kõige parem, koostöö oli õudne. Aga lihtsalt lõpuks see, mis sõnumina välja tuli, see sarnanes kõige rohkem üldisele sõnumi kandvusele, aga lihtsalt, see ongi nagu mingitel, kui sa võtad noorteklubi, siis on samamoodi, et sinu noorteklubi eesmärk on rohkem liikmeid saada, siis sa teed seda toetusega.

Aga kui korraks jätate kõrvale need, mida ettevõtted ise soovivad ja mõtlete sellele, mida ise tahaksite teha, siis mis on see, millest puudust tunnete kommunikatsiooniaselt? Mida te tahaksite proovida ja mida oleks teoreetiliselt võimalik selle asja raames teha?

AK1: Ma ei tunne sellest eriti puudust, aga ma lihtsalt mõtlen vahepeal, et me kirjutasime pressiteadet vaid üks kord. Nagu üks kodutöö on ainult pressiteatega ainult olnud. Et seda võiks kasvõi rohkem olla, näiteks alguses ja lõpus. Nüüd küll olen kirjutanud neid, aga ega mina nendest aru ei saa, miks jõuab üks sinna ajalehte ja teine ei jõua.

AK3: Jah, ja sama tegelikult meile on vahepeal räägitud, et pressiteade on surnud. Selles mõttes jällegi, siis me peegeldame seda, kui palju ja kas me peaksime seda harjutama, ent ilmselgelt tegelikult peaks. Klassikalises mõttes see tegelikult võib lennata.

RT: Ma arvan, et mingeid reklaamiplaane oleks ka hea teha, et millega minna telesse, millega raadiosse, kui palju kuskil midagi reklaamida.

AK1: Kommunikatsiooni poole pealt.

RT: Võib-olla väikesed ettevõtted ei lähe kohe telesse, aga siis peakski seda analüüsima ja neile igasuguseid variante välja pakkuma ja mõtlema, et esimene asi praegu on, kuhu läheme, Facebook, aga igasuguseid muid asju on ka.

AK3: Traditsiooniline meedia.

AK1: Mis minule isiklikult huvi pakub, on mainekujundus. Et kui juhtub halb asi, siis mis on need sammud, mida teha.

AK3: See on täpselt see kriisikommunikatsioon, nagu *case study* jälle. Ma võib-olla veits kaaluks seda *case study* mõtet, ma saan aru sellest organisatsioonist ja koostööst, aga see ei pruugi ka toimida, kuid lihtsalt tundub, et see annab mingit fantaasiat ja sihukest... rohkem käike juurde ülesande püstitusele. Kui sul on organisatsioon, siis sul on väga kindel raamistik, kuhu sa pead jääma.

PS: See annab, jah, eri tahke, millega töötada. Kui sul on *case study*-l, et näiteks ühe korra tegeled mingi kartulikasvatajatega ja teine kord mingisuguse telekommunikatsiooni või mingisuguse poega, mis iganes. Ongi et, meil praegu oli väike organisatsioon ja hästi väike ülesanne mida teha, see paneks vast erinevatesse olukordadesse.

RT: Palju lihtsam on selle ühe semestri jooksul panna inimest mitmesse olukorda. Ta saab rohkem kogemusi kui see, et sa oledki selle ühe ettevõtte juures ja teed seda ühte asja.

ST: Just see, et õppejõud ütleb ka vahetult, mis on õige ja mis vale.

RT: Tagasiside on hästi oluline, sellest sa õpid.

AK1: Võib-olla see, et õppejõud oleksid juures ja ütleks ka, et kuule, mõtle nüüd natuke selle asja peale ka.

Okei, et õppejõud võiksid selle projekti juures rohkem kaasa lüüa. Veel mingeid ideid, mõtteid?

ST: Õeldi enne ka, sisemiste muutuste läbiviimine oleks ka huvitav asi, aga see on liiga ülbe minna väiksesse organisatsiooni, et saaks muutusi läbi viia.

PS: Ja siis see, ma ei ole kindel, kui palju seda muuta saab, aga praegu olid grupid hästi suured, mis minu arvates raskendas koostööd pigem. Samas see on hästi inimlik, et õppejõude oli sisuliselt üks, Maria oli ka seal tegi midagi, aga üldiselt ainult Tiiu oli seal, kes vägesid juhatas. Aga põhimõtteliselt ideaalis võiks olla nii, et tal on magistrandid, või nagu mingid, lisainimesed, et oleks igal grupil näiteks üks mingisugune inimene, kelle juurde ta võib minna ja kes olekski see, kes ütleks, et te olete täiega valel teel praegu, või midagi sellist.

ST: Ise arvan nagu, enda kaitseks ja mõne oma rühmaliikme kaitseks, oli mingi koht, kus mõni liige jäi lohisema, sest meil ei olnud asjalik anda väikest ülesannet ja seda kõigi vahel ära jaotada. Kui ta nagunii teeb seda ühte, siis teisega seda, siis jäigi nii, et keegi vaatab keeleliselt üle, keegi otsib pildid juurde. Jaburad ülesanded juba, aga kui oleksid grupid 2-3-4kesi max, siis kõik on asjaga kursis.

AK3: Suvaline vahemärkus: ruumi võiks ära vahetada. Mitte selle ruumi, vaid loenguruumi. Sest ta absoluutselt ei soosi sellist koostööõhkkonda, kui sa pidid rühmaga koos tegema, siis no..

See toimub tavalises selles?

AK3: Peeglis.

Minul oli küll 204.

AK3: Võikski olla seal. Meil oli peeglis, kui tahtsid rühmaga olla, siis paratamatult see ei olnud päris see. Lihtsalt võib-olla tuleviku mõttes kaaluda, üks asi, mida võiks võtta plaani on üritus-turundus-kommunikatsioon, millest võiks ka rääkida. Ürituskommunikatsioon. Ühesõnaga jah, selles mõttes, ma võin ise anda omalt poolt ühe agentuuri kontakti, kes on nõus olema tulema, aga ma ise tunnen, et me ei ole sellest kordagi rääkinud ja tegelikult see on täpselt selline asi, mida sa võib-olla väliskommunikatsioonis kasutad, et näidata oma ettevõtet väljapoole. Ja jällegi sisekommunikatsioonis näidata oma töötajatele midagi. See läheb kommunikatsiooni inimesest läbi ja lõhki läbi.

PS: See oli ka asi, mida inimesed tegelikult tegid. Meie organisatsioon pakkus seda välja ühe variandina, mida teha, teil oli see mingi see, et (*üleskutse*), (*organisatsioonil*) oli see (*üritus*) ja nad tegid selle ära ka. Et tegelt need väiksed ettevõtted, see oli üks reaalne kommunikatsioonialane asi, mida ettevõtjad ise tahtsid, et seda annaks ära kasutada.

AK3: Et see ürituskommunikatsioon on tegelt suht selline, mida kasutatakse nähtamatult päris palju, et siin alailma pole mingi Saku Suurhalli üritus Kuldmuna, aga et siin on mingid väiksemad mõõtmelised ja aktsioonid, kasvõi kui umbes see (*poliitik*) sõitis selle ratta valimiskampaania ajal, see on

samamoodi aktsioonturundus. Lihtsalt see teema mul tuli meelde, et ma ise oleks tahtnud sellest eelnevalt rohkem teada, kui ma ise olen selles asjas nüüd rohkem sees.

Kas on veel mingeid selliseid valdkondi, mingeid konkreetsemaid väiksemaid tükke?

AK3: Hästi huvitav oli prefektuurionu, kes rääkis sotsiaalmeediast. Ta rääkis mingi kuidas nad seda, (*nimi*), kuidas nad mingi Weekendi planeerisid, et jumala huvitav vaatenurk, kuidas kasutatakse prefektuuri, sotsiaalmeediat ja Eesti kõige suuremat üritust. Et minu jaoks oli see silmi avardav kogemus, et päris huvitav.

PS: Minu jaoks oli juba see *wow*, et politsei mõtles Weekendi peale kuidagi, see oli hästi lahe.

AK3: See võib väga anonüümseks jääda, aga sisekommunikatsioonist võiks natuke teine vaatenurk olla peale (*ühe õppejõu*). (*See üks õppejõud*) on väga vahva, aga lihtsalt me oleme seda kuulnud kolmes erinevas aines, et kasvõi nagu mõnest väiksemast või suuremast organisatsioonist keegi. Võib-olla tõesti turundusest eraldi rääkida. Seda tegi täna ka (*üks külalisesinejatest*), tegelt ta rääkis turunduskommunikatsioonist, tema oli väga huvitav. Ma arvan, et (*üks külalisesinejatest*) on väga okei selle jaoks. Kes meil veel olid? (*teine külalisesineja*)

AK1: Siis seal olid need ka, (*konkreetses agentuurist*).

Ma mõtlen selle koostöö peale, ma olen enda koostöös kinni, sorri. Need mõtted on kindlasti väga head, need lähevad kirja mu töösse.

AK3: Ma saan aru, et see on kinnisidee, see koostöö.

Jah, praegu on ennekõike see koostöö. Kõik mis kõrvale tuleb, on üliväärtuslik ja seda saab kindlasti kasutada. Aga kuna mul on fookuses just koostöö, siis kas kellelgi on veel sellega seoses mingeid mõtteid? Mul on endal küsimused selles osas kaetud.

AK3: Ma arvan, et selle koostöö asjas võib lõpuks öelda seda, et konkreetne ülesanne, konkreetne ülesandepüstitus organisatsioonilt, kes tahab meid kaasata ja me pigem mõtleme, mina isiklikult mõtlen, pigem väikeste organisatsioonide peale, aga võib-olla saab ka suuremate peale mõelda.

ST: Ma täpsustaks seda konkreetset ülesandepüstitust. Et sellega oli see, et meie rühmas taheti ka midagi ära teha, mitte, et millegi kohta midagi genereerida ja kirja panna. Et oleks midagi iga nädal kodus teha nii-öelda, selle pärast kirjutada ja siis mõelda seda organisatsiooni visiooni, kui olen kolm korda küsinud sellelt (*organisatsiooni kontaktisikult*), siis ta oli nagu, ei tea, mis me siin ikka nagu, et

„praegu on kiire ja“, ja siis sa pead kirjutama lehe sellest, et praegu on kiire. Siis hakkadki mõtlema, et võib-olla laieneda, äkki nad on nõus sellega.

AK1: Ja siis teedki sihukesi erinevaid plaane, et „praegu on kiire, aga varsti, homme, ei ole“.

ST: 2020 Euroopasse.

AK3: Aga selles mõttes mina küsiks vastu, et mis see visioon on, et mida ülikool tahab, et need tudengid teeksid?

AK1: Või mida ülikool tahab selle ainega tudengitele anda. Ja kas ta nagu reaalselt annab seda.

AK3: Jah, väga hea. See on täpselt see, mida vaja on. Et mida ülikool tahab anda ja kas ta selle ülesandepüstitusega saavutab selle. Et kui ta annab meile selle organisatsiooni mingi teatud ülesandega, kas sellega on see saavutatud.

Aga praegu tundub, et pigem mitte?

(läbisegi: pigem mitte)

ST: Mõni ülesanne nagu oli, aga mõni läks, kirjalik ülesanne, mis tuli organisatsiooni puhul välja pressida kuidagi, et mida nüüd kirjutada.

AK3: Ma ei tahaks, et see oleks lihtsalt see, et koguge Facebooki lehele laike.

AK1: Me oleme nagu see tasuta tööjõud.

AK3: Sellel on kindlasti õppetund, aga lisaks sotsiaalmeediale on nii palju rohkemat.

RT: Praegu tegid ära, et lihtsalt midagi ära teha.

AK1: Kohati on see ka kurb, et organisatsioonid ei saa ise aru sellest, et seda on vaja.

RT: Aga alati jääb selliseid organisatsioone, kes ei saa aru sellest, et ikkagi ülikooli inimene peaks selle eeltöö ära tegema, et leidagi need ettevõtted, kes tahavad, kellel on see probleem.

ST: Aga siis tuleb jälle see, et peab kaheksa leidma.

(läbisegi arutelu)

AK1: Samas kui teha nii, et sul on alguses individuaaltööd ja pärast tulevad rühmatööd, siis sa teed alguses rühmad ära, et kui vaheetappidena uurida või ette näitama, et sa oled ettevõttega suhelnud, siis võib tulla sealt midagi päris head. See eelprotsess peab olema pikem, mitte, et „kuulge, kas on abi vaja? Oih on küll, ma tulen!“. Sa pead ikkagi rääkima, et ma olen selle jaoks ja mul on need eesmärgid ja „kas teil on midagi mulle pakkuda“, et me saaks teha mingit koostööd.

AK3: Ettevõtte jaoks ei tohi see olla koorem ega koormus. Jah, võib-olla nad peavad arvestama sellega, et nad võtavad igapäeva rutiinist mingi aja, lihtsalt see ei tohi olla nende jaoks ka, et „ahh, ma pean jälle nendele tudengitele midagi kirjutama“.

AK1: Ma pigem ei usu, et nagu ettevõtetel oleks päris, et „ah, ma peaks kirjutama“. See oleneb ettevõtetest. Ma tean, et enamus minu tuttavate ettevõtetest, või nendest, on niimoodi, et kui neil on mingi tudeng, kes ütleb, et see on koolitöö jaoks, siis nad aitavad ikkagi pidevalt ja hea meelega.

Oletame, et ettevõtte on rahul ja tahab seda reaalselt teha. Kui selline eeldus on olemas, siis...

AK1: ...teiseks eelduseks on see, et tudengid tahavad seda teha.

AK3: Sõltub hästi palju sellest, mida ettevõtja ise tahab.

Põhimõtteliselt on minu töö eesmärk see, et ma üritan kokku viia nii õppejõudude, kui tudengite kui organisatsioonide nägemused ja panna kokku juhendi koostööks, et oleks mingi kindel alus, millega oleksid rahul nii tudengid kui ettevõtted. Ja ideaalis ongi niimoodi, et ülikool järgmine aasta otsib need ettevõtjad välja. Leiaks sellise hea lahenduse. Kellelgi veel mingeid viimaseid mõtteid?

AK1: Lihtsalt leian, et võib-olla aitaks, kui sa seod selle ettevõttega teistmoodi, et käid üks päev seal, vaatad seda, kuidas mingeid asju tehakse ja võib-olla saad ise midagi teha.

RT: Aga see võimalus oli meil olemas. Kui ma enda rühmatööle mõtlen, siis tegelikult meil oli ka võimalus kõik rühmaga helistada sellele tüübile või kohe alguses öelda, et me tahame kindlalt sinuga kokku saada või skaipida, aga see oligi veidi leige suhtumine, et las see üks suhtleb. Aga tegelikult on see võimalus, et kui sul on see ettevõtte või organisatsioon, siis sa lähedki sinna kohale, lepid kokku alguses, et me tuleme terve rühmaga kohale ja vaatame, mis te teete. See võimalus oli kõigil, aga palju seda üldse kasutati? Need (*koostööd teinud organisatsiooni*) tüübid vist käisid kohal.

PS: See võimalus tuleb lihtsalt kohustuslikuks teha.

AK1: Ma just mõtlengi, et seal võib-olla tuleb leida hästi palju aspekte, mis on väikesed ja tobedad, ent on kohustuslikud, et koostöö sujaks. Et see ongi kohalkäimine, tehke grupipilt kus te olete kõik kohal.

AK3: Kui meie läheme (*organisatsiooni*) kohale, siis me räägime nagu pool tundi või tund aega sellest, kuidas me läheme (*toodet*) degusteerima. Tööülesanded on samas jällegi nii erinevad. Et see kohaleminek on hea idee, et äkki sünnibki midagi muud.

PS: Just. Kasvõi jah, see kõneisik, või kellega suheldakse, et ta teeks kasvõi mingisuguse tutvustuse või tuuri seal, räägiks, et millega me tegeleme, sest meil oli see, et tegime mingi *research*'i ära ja üks inimene teadis väga hästi, millega nad tegelevad. Me läksime sinna kohale, rääkisime nendega juttu ja siis umbes nad olid, et vaadake siin ringi ka. Ja meie, et „aa, te tegelete selle asjaga ka, aa te teete (*seda tegevust*) ka vä?“ et me leidsime asju, mida nemad ei olnud meile välja toonud ja meie ei olnud kuskilt leidnud ka, sest meil oli info igal pool laiali.

AK1: Üks näide mida ma enda grupist ja endast on see, et ma arvan, et ma kohtusin selle (*organisatsiooni*) poolse kõneisikuga viimane kord, kui me käisime (*organisatsioonis kohal*), aga ega me siis ka aru ei saanud, kes ta on.

Kui oletame, et kõik peavad kohal käima, on kohtumised, mis on kohustuslikud. Näiteks õppejõududel tuli idee, et ettevõtete esindajatel on kohustus tegelikult ideede lõpuesitlustel ka kohal käia. Aga mis võiks veel olla ettevõtte poolt selline *must*, et okei, on konkreetne ülesanne, on konkreetne vajadus. Aga lisaks sellele? Kas tekib veel mingeid ideid, mis võiks kohustuslik olla?

RT: Aga ikkagi mingi kokkusaamine, koosoleku vormis. Et see vaba aeg, et kui ettevõtte juhatuse liige ütleb, et tal ei ole üldse aega, siis kuidas sa teed koostööd?

AK1: Mul ei tule see sõna meelde, aga see võiks olla nii, et me oleme üks grupp, kes teeb, ja siis me saamegi nädalas korra 15 minutit kuskil lossis selle ettevõtte ja õppejõuga kokku ja räägime läbi, mis me teinud oleme. Meil oleks vaja iga kord midagi näidata, et me ei passiks niisama.

Et oleks ülikooli poolt ka mingi regulatsioon rohkem olemas?

AK1: Ülikool ja ettevõtted koos. Näiteks iga kahe nädala tagant, et kuhu jõudnud olete. Vabas vormis, koosoleku vormis, nagu justkui mentorid nad oleksid.

PS: Ja kui ettevõtte poolt on juba huvi olemas, et see asi libedamalt läheks, et see eesmärk on nende jaoks oluline, siis tõenäoliselt ei teki sellega ka raskusi, et „oo, ma pean oma vabast või töö ajast

minema“, siis see ongi sinu huvides ju, sinu ettevõtte huvides. See ongi, nagu praegu, nad ei oleks kohale tulnud, sest paljudel ettevõtetel oli suva sellest.

AK3: Nad lihtsalt ütlesid, et „jah, ikka võite teha“, aga neil puudus igasugune isiklik ettevõttepoolne huvi, nad ei leidnud, et võiks sellesse asjasse sisse minna. Kui küsid juba kolmandat korda visiooni, ja öeldakse, et „aa, ma ei tea“, et täpselt see on jällegi see, et ettevõtte ei viitsi, ei taha, ei jõua, ei jaksa. Mis on ka okei, sest praegu tundus see, et me suht lendasime peale...

RT: ...sundisime neile seda peale...

AK3: ...võta, teeme teile...

PS: ...võtke, ausalt ka, see on hea...

AK1: Ja siis lõpus tuleb välja, et mis te siis tegite, et ega me erilist ei teinudki.

RT: Tartu ettevõtted võiks ka ikkagi olla, nagu see (*organisatsioon*) oli.

ST: Siis peakski Tartu ettevõtted olema, et iga nädal koos olla.

AK1: Aga pidigi olema ju Tartu, või ei pidanud?

(*läbisegi arutelu*)

RT: See tegigi raskeks, et kuidas sa saad selle inimesega kokku.

AK3: Ei saagi.

RT: Jah, Skype'i teel, aga noh.

ST: Tartus saaks külla minna, me tahtsime ka külla minna, aga me ei leidnud ühist aega. Siis me mõtlesime ka pildid teha ja mingi jutt teha, aga siis nagu tekkis see, et nad ei tahtnud endast pilti teha ega kuskile üles panna. Tekkis ka muid takistusi, aga need on pigem erandid.

AK3: Põnev on igal juhul.

ST: Tore on teada, et sa teed reaalseid asju.

AK1: Mina näiteks ei saa öelda, et see aine ei olnud kasulik. Ma nägin vaeva ja sain palju põnevaid asju teada, aga kuidagi tüütu oli, või kuidagi pea ajas valutama...

AK3: ...et kas see on mida sa tahad õppida praktilises suhtekorralduses, kui sul ajakirjanikud käivad kaamera ja mikritega ringi ja teevad täpselt seda, mida nad tulevikus tegema hakkavad.

RT: Mina õppisin ainult külalisõppejõududelt, sellest rühmatööst ma küll mitte midagi ei õppinud.

ST: Teised kodutööd oleks võinud olla praktilised-reaalsed, mitte kirjalikud niimoodi.

Okei, aga aitäh teile kõigile!

Lisa 6: Transkriptsioon intervjuust ORG1-ga

Kui palju te sisuliselt sellest teate, et mis õppeaine raames, mis tudengid?

ORG1: Tegelikult nad tutvustasid seda väga hästi, aga mul hetkel enam meeles ei ole. Ma ei mäleta, see oli mingisugune MTÜ kas kommunikatsioonistrateegia analüüs või midagi sellist, mingi praktilise töö osa ja ma mäletan, et see pidi olema mittetulundusühing, aga ma täpselt enam ei mäleta. Mulle sellel hetkel tundus, et jah, meil on selline haru ka, mida nad saaksid nagu analüüsida.

Kuidas te sellise koostööni üldse jõudsite?

ORG1: (*Üks rühmaliige*) kirjutas. Me oleme (*selle rühmaliikmega*) nagu kodulinnas tuttavad, või mina tunnen nagu tema vanemaid hästi, ja siis ta kirjutas, et äkki me oleksime nõus ja siis me tavaliselt, kui on vähegi huvipakkuv teema, siis miks mitte? Me ikka oleme nõus. Ja me nägime tegelt kasu ka endal seal.

Aga millised olid need kaalutluskohad, kui te mõtlesite, kas teha koostööd ja kuidas teha koostööd?

ORG1: Meil ei olnudki kaalutluskohi, selles mõttes, et me alati... (*ettevõtte kaasomanik*) on siis teine (*organisatsiooni*) asutaja, temaga alati räägime lihtsalt läbi, kas mõlemad on nõus. Meil ei olnud küll sihukest, et üks või teine ei tahaks. Miks mitte?

Seda on väga tore kuulda. Aga mis on see peamine põhjus, miks võiks tudengite kaasamisest abi olla ettevõttel?

ORG1: Lahendada ära sellised küsimused, mille jaoks tavatöö kõrvalt... mis lükatakse kõige viimaseks, mis otseselt... justkui tundub, et sellest ei sõltu nagu rahaline sissetulek ja edu, aga tegelikkuses sa tead, et need on baasasjad, mis peaksid tegelikult tehtud olema, aga sa ikkagi lükkad nad edasi. Ja siis lihtsalt tudengid võiksid olla need, kes siis sinu teostamata unistused teoks teevad. Nendel on nagu järelevaatajad ja targa ettevõtjana võid nagu suunata seda osa, et nad uuriksid ja

lahendaksid selle käigus veel mingeid sind huvipakkuvaid küsimusi, mis jääksid selle teema raamidesse siis. Ma ei ole, meil ei ole väga palju tudengeid käinud, et ma ei kujuta ette, kas on selliseid tüütuid ka, et ma ise muidugi oma magistritöö raames käisin kohtumas näiteks omavalitsusjuhtidega ja nemad küll mingit kasu ei saanud sellest. Selles mõttes, et otseselt meie saime suure kasu ka selle praktikumi raames, aga ma arvan, et see võib alati olla ka selle ettevõtja oskus ja võime seda asja siis endale nagu päris reaalselt ellu viia ja seda ära kasutada nii, et sa ei võta seda kui kohustust anda infot ja „las ta teeb selle töö ära“, vaid sa reaalselt tahad seda kasutada. Meil oli kohe alguses see valmidus ja soov saada neilt reaalselt kätte midagi, mida me saaksime rakendada.

Milliseid eeldusi on ettevõtjal selleks tarvis, et ta oskaks toime tulla selle koostöövormiga?

ORG1: Ma tean, mõned mu tuttavad ettevõtjad, või kelle kaudu olen kuulnud, miks nad ei taha, on see, et nad kardavad, et tudengid saavad analüüsides jälile nende mingitele hämaratele tehingutele, kui neid on, või sellistele kohtadele, mis neile justkui piinlikkust valmistavad. See on vist nagu suurim asi. Meil nagu selliseid asju siin ei ole, meil on ainult lapsed, lilled ja lustipidu, et meil nagu sellist... valdkond on ka selline pehme, et no ei ole nagu mingeid ametisaladusi või selliseid asju. Võib-olla on lihtsam selliste ettevõtetega, kellel on kas hästi tugev organisatsioonikultuur ja kindel selline... hästi väljakujunenud organisatsioon, kes ei sahmerda ühele poole, teisele poole. Sellised uued ja väiksed ettevõtted. Neil on tihti nii, et üks inimene teeb kõike ja sellel ettevõttel puudub kindel struktureeritus. Siis on keerulisem esiteks seda vist, ma arvan, analüüsida, ja teiseks on ettevõttel endal ka ebakindlam lasta enda ettevõtte juurde kedagi, teades, et seal on palju sellist putru ja jama. Ma arvan, et selline selgus peab olema ettevõttes, või lihtsus, nagu meil näiteks.

Aga teil on... te olete vist kahekesi selles ettevõttes, onju? Kuidas teil muidu on need kommunikatsiooni- ja turundustegevused lahendatud?

ORG1: Kui ma nüüd täiesti aus olen, siis on pudru ja kapsad. Selles mõttes, et pigem rohkem kui vähem saadame inimestele kirju. Ja tihti topelt. Tegelt me ei ole ära jaotanud, sellepärast, et meil on hästi palju, 5 või 6 või palju need tudengid seal kokku lugesid. Meil on erinevad firmad, erinevad harud, aga kõik justkui on (*organisatsiooni nimetus*) ja kuna siis... ütleme nii, et (*konkreetne tegevus*) on see, millega alustasime ja selle töö osa on kindlalt ära jaotatud. Et ühel nädalal teeb üks (*seda*), teisel nädalal teine. Ja samal ajal, kui üks teeb (*seda*), teine tegeleb kõige muuga, aga kui sinna vahele tuleb veel mingeid käimisi kuskil, mõõtmisi, klientide mõõtmisi või mis iganes, siis teine võtab selle töö päeval üle ja siis tekivad sellised ristipostitused, risti kirjadele vastamised, et me niimoodi ei saa ära jagada, et sina postita ainult Facebooki või saadate kuulutusi välja või sina teed ainult (*üht konkreetset asja*), et see sõltub sellest nädalast. See on praegu minu nädal, mina vastutan, et tellimustööd oleks tehtud, et kirjad oleks vastatud ja korraldan kogu seda (*organisatsiooni*)... praegu

on nagu minu peal. Mina olen täna, see nädal kommunikatsioonijuht, direktor ja suhtekorraldaja ja kõike. Järgmine nädal on seda (*organisatsiooni kaasomanik*). Et mina teen (*konkreetses asjas*) ja muuks siis aega ei jää, aind siis kui muud üle ei jää. Te võite vabalt sinna kommunikatsiooni sinna uue mudeli panna, ma ei tea, ma arvan, et see on mõeldud juba välja, aga jah, ma tean küll, et ta justkui võiks ja peaks olema kommunikatsiooniplaan, me jõuame sinna ka, et mida me järgime nüüd tänu tudengitele, et ma olen kõike ise õppinud. Ma olen magistriprogrammi läbinud kommunikatsioonijuhtimises, ma ei ole küll seda lõpetanud, mul lõputöö jäi tegemata, aga muud ained ja kõik, et selles mõttes ma olen kõike õppinud, ma olen töötanud pressiesindajana ja ma tean kõik, kuidas see käima peab, aga see, et kui sa oma ettevõtet teed, siis sa kipud ikkagi sinna töökohustuste sisse ära surema ja no võib-olla ka sellest, et (*organisatsiooni kaasomanik*) on ka võtnud kõrvalaineid kommunikatsiooniosakonnast, et meil nagu seda polnud vaja selgeks teha, miks seda kõike vaja on, et me teame niigi, miks kommunikatsioon on kõige alus ja nii edasi. Et lihtsalt isegi kui sa väga tead, kuidas asjad käivad, mingil hetkel elus sa ikkagi unustad.

Jah, sul on mingid teised prioriteedid tõenäoliselt, onju.

ORG1: Jah, ja siis see läheb meelest ära. Sahmerdad niisama ja lõpuks ikka jõuad sinna, et peab ikkagi koordineeritumalt tegutsema.

Aga mis sa arvad, võib-olla kui on kaks organisatsiooni ja ühel on sellised kommunikatsiooniteadmistega inimesed eesotsas nii nagu teie ja teisel ei ole, siis tõenäoliselt ongi lihtsam teha koostööd inimestega, kellel on?

ORG1: Kindlasti. Ma olen ju kunagi pressiesindajana puutunud väga palju kokku selliste osakonnajuhatajatega, kellele pidi tegema selgeks, et miks see kommunikatsioon, kui palju eelkäijaid oli juba ka, et kui keegi vahetus, et siis mõned inimesed lihtsalt arvavad... no nad teevad väga head tööd, aga miks ma pean sellest rääkima? Aga kui sa ei räägi, siis keegi ei tea, et sa tööd teed, et mis tööd sa siis teed? Ja siis tekitab alati see, sinu väärtus ei ole alati piisavalt selge, et sa pead lihtsalt sellest rääkima, et sa pead asjad kirja panema, et kui teine inimene tuleb, siis oskab sealt jätkata, et see on kõige suurem. Meil endal (*organisatsioonis*) ka on sihuke kaust, kuhu me paneme... no lepingud lepinguteks, aga kuhu me paneme igasugused ürituste, mida me oleme korraldanud, et need kavad, et ei pea nullist alustama, kui sa järgmine kord teed, et mis see oli sellega. Et nüüd meil on blogi, no tänu tudengitele võtsime blogi. No meil oli see blogi mõte ka, aga me saime selle nüüd tehtud ja blogi on meie jaoks selline salvesti, kus me siis kohe kirjutame iga nädal, teeme postitusi, paneme kirja mõtteid, mis meil peast läbi käivad seoses tunniga, seoses remontidega, mis me siin kogu aeg teeme ja niimoodi edasi.

Ja seda regulaarsust suudate hoida?

ORG1: See regulaarsus tuli nende tudengitega. Nad põhimõtteliselt rääkisid meile ära, kuidas see võiks olla, ja siis me saime aru, ma ei tea, kui palju sa nende tööga kursis oled, aga nende tööde algus oli selles mõttes tore, et meil oli Facebookis 6 või 7 kontot (*organisatsioonil*) ja siis nad jõudsid selleni, et me peaksime need kokku liitma. Me ei olnud selle peale üldse mõelnud ja et et me võiks seda üldse teha, aga siis me liitsime need kõik kokku. Kui tudengid ära lõpetasid, liitsime kõik kokku ja siis nad rääkisid, kuidas teha. No meie jaoks oli see küsimus, et kuidas me haldame, kui meil on (*kõik need erinevad tegevusalad*)... ja kõiki tahaks hoida justkui üleval, uudiseid nagu nähtavana, et kuidas seda ühel lehel teha, aga siis nad nagu näitasid, et kuidas seda igapäevast postitust, see on ju okeilt lahendatud, et iga päev postitad ühe valdkonna kohta, et siis ei ole kurnav kõigile, kelle me sinna kokku *merge*'sime, et ei ole kellegi jaoks nagu huvitav, et mind huvitas (*üks valdkond*) ja nüüd pean järsku mingit (*teist asja*) siin vaatama, et noh, et misasja? Selles mõttes see regulaarsus on hästi oluline.

Kuidas te nendes ülesannetes, millega tudengid tegelesid omavahel kokku leppisite? Kuidas see sündis?

ORG1: Me usaldasime neid täielikult, me andsime neile kõigile oma Facebooki adminiõigused, me lisasime sinna kui kasutajaks, nad analüüsisid lihtsalt avatud kaartidena kõiki meie kontosid. Meil ei olnud sellist aega, et istume nendega ja vaatame koos nendega seda Facebooki. Meie jaoks oli see, et nad reaalselt teeksid oma eesmärgi ära ja meil midagi varjata ei ole, et lasku käia.

Kuid kellelt tuli mõte, et teha just Facebookis selline?

ORG1: Tudengitelt niimoodi. Nemad olid siis oma grupis selle läbi analüüsinud, et mis see lahendus meie ettevõtte jaoks võiks olla, et nad alustasid ikkagi ju sellest MTÜst, mis neil vaja oli, aga siis ma ütlesin, et „aa, meil on see ja see ja see“, ja kuna nad on kõik omavahel ikkagi linkavad ja seotud, siis see oli hästi sujuv üleminek ja meie poolt väga tore, et see läks kogu (*organisatsiooni*) peale ja et saime lahendatud kogu probleemi.

Et tudengid ise märkasid mingit asja, mida nad tahaks teha, andsid teada, et oleks... müüsid selle idee nagu maha?

ORG1: Ja-jah! Selles mõttes see oli nagu päris selline järsk meie jaoks, et mismõttes me peame kogu oma Facebooki kolima ühte kokku? See oli alguses tõesti järsk, et mis meil on... (*organisatsiooni üks valdkond*), (*organisatsiooni teine valdkond*) Facebookis, kõik on olemas, aga siis järsku peaks kõik

ühe alla panema?! Alati võtsime ja ütlesime, et kaalume ja mõtleme ja siis anname teada, et kui me anname tuld, siis tehke midagi, et see tuli neilt, jah.

Kas tudengid tegelesid millegi muuga peale Facebooki veel? Mis olid need tegevused, kui niimoodi kaardistada, mis nad...

ORG1: Nad tegelikkuses võtsid endale need... alguses analüüsisid minu arust kogu selle ettevõtte kommunikatsiooni, analüüsisid seda, kuidas kommunikatsioon meil siin käib, küsisid meie käest, kohtusime. Esimene kord oli selline, kus nad siis tõesti küsisid igasuguseid küsimusi ja siis nad järgmine kord olid nagu veendunud, et võtavad ainult Facebooki, see oli nagu baas, kuna me hästi palju Facebookis majandame, ja teine oli koduleht, aga selle me võtsime maha, sest meil oli just kodulehekülj tellimisel või no me olime juba läbirääkimistel. Selle teema me võtsime maha, kuna ka nende jaoks see teema, koduleht, oli jama, ja me teadsime seda, et see on jama. Siis nad jäid nagu Facebooki peale. Meil kaks kanalit on, millega klientidega suhelda niimoodi mitteotseselt, vaid sedasi läbi sotsiaalmeedia, et meile väga sobis, kuna see oli tegelt väga suur töö neid kõik asjad ära lahendada nagu seal Facebookis.

Tulles korra tagasi selle esimese ja teise kohtumise juurde... Kuidas need toimusid? Räägi nendest natukene lähemalt.

ORG1: Istusime seal teises toas ja esimene kord olid, no alati oli paar-kolm sellist, tundus, et no põhiinimest... ja siis olid, no neid oli ikka 6 või 5 tükki korraga ja siis ükskord olid nagu ühed näod seal, teinekord olid natuke teised näod, aga selles mõttes nagu meil vahet polnud. Väga hästi oli ette valmistatud. Neil oli kindel nägemus, mida nad tahtsid meile edastada. Kui neil oli see kommunikatsiooni n-ö suhtlusskeem või regulaarsuse skeem, siis see oli tehtud neil, nad näitasid meile arvutis versioone, kuidas need välja võiksid näha, siis nad saatsid arvutis meile versioone, mida nad olid analüüsinud ja me saime need üle vaadata. Ja siis, kui see sobis, siis nad said nagu edasi minna ja... et no hästi toredad noored olid, sellised, no meil võib-olla lihtsalt sattusid väga tublid ja toredad, aga ma arvan, et kõik noored ongi toredad! Väga hästi oli see grupitöö ette valmistatud, ei olnud sellist, et „noh, tulen siia ja lihtsalt käin ära, saan linnukese kirja, et kohtumine tehtud“. Meil ikka läks poolteist tundi või isegi rohkem, et nad nii kaua kuni nad... neil oli üks selline või kaks sellist liidri moodi, kes seda siis nagu hoidsid kogu aeg, et“ sina valmistasid selle, tutvusta seda“, et see oli nagu hästi.

Ma saan aru, et te suhtlesite siis päris tihti tudengitega niimoodi?

ORG1: Facebookis ja meili teel ja siis kui nad tahtsid jälle külla tulla, siis nad tulid külla ja...

Kas Facebookis oli see suhtlus pigem ühe inimesega või oli mingi eraldi grupp lausa tehtud?

ORG1: Pigem oli ühega, jah, üks inimene vahendas seda informatsiooni. Ma ei tea, mis neil omavahel oli, et kindlasti oli omavahel mingi grupp.

Tõenäoliselt mingi grupijuht oli valitud, kes siis...

ORG1: Selles mõttes oli meie jaoks väga selge, et meie kontakteerusime, kui vaja oli, ühe inimesega. Me ei saanud mingi posu kirju kuskilt, et igaüks oleks midagi kirjutanud. See oli hästi lihtne kogemus! Hästi vähe pidime meie tegema, hästi palju saime vastu. Ma väga soovitan, ja kui sa kedagi tead, kes tahaks meile siia ehitama tulla, siis võid meile siia bande peale saata.

Ehitama?

ORG1: Meil on kogu aeg midagi ehitada vaja, mehed on ammu ära tüdinenud meist, et me koguaeg tahame ehitada midagi ümber.

Ja-ja-jah, te olete ise teinud niimoodi? Vau, väga äge.

ORG1: Meie pere ja sõbrad on siia kõik. Sa võid arvata, et meil ei ole enam palju sõpru, aga nad ikkagi on veel jäänud meie kõrvale!

Aga see on kindlasti ju juba asi, mida ka kommunikatsioonis ju kasutada, et on sihuke enda asjakene täpselt, et ei kasuta mingisuguseid suuri firmasid-asju.

ORG1: Ja-ja, see meeldibki inimestele! Siin on näha, et siin on nagu vaeva nähtud, ise tehtud, et kõik ei ole nagu sile ja ära lihvitud ja kaasaegne, vaid oijah.

Aga kui sa nüüd mainisid seda, et sattus väga hea tudengitiim.

ORG1: Ma usun, et see oli nii. Võib-olla on kõik väga tublid, et... muidugi ma mõtlen enda kommunikatsiooniaastatele, et meil oli ka väga tugev tiim või no grupp üldse, kõik eranditult, et keda ma praegu vaatan, et mina küll ei lõpetanud, aind lõputöö jäi tegemata, aga siis need kõik, kes meil on, et kes on linnapea, kes on poliitikud ja nii edasi, et nad ongi nagu, nad peavadki... esiteks nad oskavad väga hästi suhelda, see on nagu baas üldse, et me oleme üldse näinud siin ju, et meil käivad abis sihukesed vabatahtlikud niimoodi, noh, nad on ju suured inimesed, aga suhtlusoskused, sotsiaalsed oskused, need jäävad nii tihti nii vajaka, et see on nii keeruline! Üldse ei saa aru, kust me suhtleme, et sina oled siin, mina siin. Tudengitega oli kuidagi hästi lihtne, olid hästi toredad.

Üliheia on seda kuulda. Kui nüüd vaadata tagasi sellele projektile. Kas midagi võiks olla ka teisiti? Kas midagi võiks olla tudengite või ülikooli poolt paremini?

ORG1: No ütleme niimoodi, et tegelikkuses me lõpuks võib-olla oleks oodanud seda, no tegelikkuses pakkusime neile mingit tasu, et nad viiksid selle päriselt ellu, aga nad no neil on kindlasti palju tegemist, et nad iseenesest olid küll nõus, me ei jõudnud küll rahani rääkimises, aga nad olid nõus selle ära tegema. Aga see tegelikkuses ei saanud teoks. Aga ülikool iseenesest võiks nende ettevõtjatega, juba enne võiks olla keegi inimene, kes siis, kui tudengid on leidnud endale ettevõtte, siis kas tudeng, no ma arvan, et tudengil on väga raske rääkida seda, et „kuule, kas te saaksite mulle raha maksta selle eest, et me jõuame mingi lahenduseni?“, et võib-olla ülikool peaks sinna vahele astuma, et keegi inimene võtab siis kontakti, et „kuulge“, et „meil on seal tudengid“, et „ega teil ei ole selle töö käigus valmiva asja rakendamise jaoks soovi, et võib-olla saate neid kuidagi rahaliselt motiveerida“ või mitte rahaliselt, aga mingid partertehingud, et mis iganes. Selline lahendus, et see ei ole kindlasti nagu meeletult suur rahaline töö, aga see on asi, mida sa saad ise ära lõpetada. Meie tegime praegu ise, selles mõttes, et me tegelt ootasime, et nad tahaks nagu ise teha, aga no neil vist aega jäi väheks ja me tegime selle ise ära. See ei olnud midagi keerulist küll, aga me tegime nagu ära. Meil on sada muud asja teha kogu aeg, et keegi ütleb, et jaa, ma teen, et palun, me oleme nõus natuke maksma sellele, aga et tee-tee ära. Aga tihti on niimoodi, et sa ise oled oma muli keskel, näed ise juba stampis seda asja ja siis tuleb keegi, kes näeb värskest ja teeb kuidagi teistmoodi. Nead õpetasid meile ka mingisuguseid, et ma isegi ei teadnud, et Facebooki lehte saab *merge*’da, ma ei teadnud seal veel mingeid asju, mida sai teha, et ahah okei, jaa.

Et uusi teadmisi endale ka?

ORG1: Jaa, just! Et noored tulevad enda nende teadmistega peale. Värskendavad ja oskavad! Selles mõttes võib ülikool nagu alati aidata nendel tudengitel seda lõpplahenduse realiseerimist... et kui seal on mingi käegakatsutav mingisugune... või kui valmib mingisugune kommunikatsiooniplaan, mida ettevõtte tõesti reaalselt hakkab kasutama, et no ettevõttega võiks lihtsalt rääkida. Kui selline plaan saab valmis, et „kas te olete valmis selle ka ellu viima, kas te tahate veel nõustamist ja kas selle eest on võimalik ka mingit tasu? Kui ei, siis me täiesti aktsepteerime“. Selles mõttes minu arust väga okei, kui oleks sellised küsimused, et... alati ettevõtjad tahavad. Või et „kas teil on mingi koht, kus te saaksite neid noori rakendada, ühte-kahte või tervet gruppi“, ja et „siis me oleksime ülikooli poolt ka väga rahul“. Mingi sihuke. Ma lihtsalt mõtlen, et tudengil on väga raske. Võib-olla ta on teist aastat koolis, kolmandat aastat... hakata nagu töölabirääkimistele asuma. See ei ole väga selline lihtne füüsiliselt, et „oh, oot palun makske meile selle töö eest, et me siin *merge*’ime teie Facebooki kontot kokku“.

Tudengid on tegelikult harjunud tasuta tegema neid asju, et...

ORG1: Jaa, aga ma ütleks, et see lõpuosa ei olnud ju nende tööülesanne, nendel oli vaja teha endal see analüüs ja välja pakkuda. Aga see, et sa selle pakutu ka reaalselt ellu viid, selle eest olime meie valmis tegelt ka maksma, et seda võiks nagu kasutada.

Okei, minu bakalaureusetöö põhiline eesmärk ongi selle sama aine raames seda koostööd veel paremaks teha just selle alusel, et ma katsun välja töötada sihukese skeemi, niisuguse üldise sellise juhendi nii ettevõtetele kui ka tudengitele, mida siis enne koostöö alustamist võib-olla siis juba tutvustada ja millest alustada asja, et selle saab sinna juurde panna, eks. Kas sul on võib-olla mingi idee selles osas, et mida sina just organisatsioonipoolse kontaktisikuna tahaksid veel sellises juhendis või sellises ülikooli poolses asjas näha, mis aitaks asjast paremat pilti saada või mis edendaks seda koostööd mingil moel?

ORG1: No ma ei tea. Selles mõttes, et meie puhul oli lihtne see! No me teadsime täpselt, mis meil on nagu kommunikatsiooni osas valesti-halvasti ja me ei näinud üldse seda kohtagi, et meid peaks nagu veenma, et meil on seda vaja. Võib-olla nagu ettevõtja tahab näha, et kui suur on tema osa selles, et kui palju see eeldab selliseid nõutud kokkusaamisi ehk siis kui palju see praktika näeb ette, et kui palju peab kokku saama füüsiliselt. Võib-olla see on ettevõtja jaoks mingisugune argument enne kui ta otsuse teeb, et see ei ole nii, et see tudeng istub mul siin... ma ei tea, 20 päeva kohapeal. Tihti vaata on see, et nad peavad justkui ettevõttes kohapeal olema, aga no nemad küll ei pidanud, et see kommunikatsiooniosa on selline, kus sa ei pea tegelikult, ei ole kaustas mingeid materjale. Tihti on nähtavad sellised sotsiaalvaldkonna asjad! Võib-olla siis ettevõtja näeb, et mul on ainult kaks-kolm sellist ühisseminari või nõupidamist, ülejäänu tuleb kõik jooksvalt meili teel, et see võib olla.

Neid võimalusi võib-olla tutvustada ja välja tuua, onju.

ORG1: Jah, et võib-olla selline ka, mis nagu ettevõtjale meeldib, et mis on varem praktikate raames toimunud, et äkki on midagi suurt nagu või sellist... no ei pea ka nagu nii suur olema, aga et sellised lahendused või sellised asjad on valminud tänu tudengite tööle või praktikale, et tänu sellele praktikale on käima läinud näiteks see või tehtud seda või seda, onju, et selline asi ettevõtjatel paneb neid nagu mõtlema, mida minu ettevõttes saaks sellist teha või kas mul on sellist valdkonda? Võib-olla sellised, mis on tehtud.

Aga mis te arvate, kas nendes ülesannetes võiks see ettevõtja tulla konkreetse nägemuse, konkreetse sooviga tudengite juurde, või vastupidi, et tudengid vaatavad peale, analüüsivad ja pakuvad enda variandi?

ORG1: Ja, pigem niimoodi. Ma soovitan nagu ettevõtjatele seda niimoodi läheneda, sest no mis meie oleks võib-olla öelnud, et no andke meile mingi plaan, kui tihti ja mida me peaksime Facebookis postitama. See oleks olnud meie võib-olla selline, mida oleks mõelnud, aga kuna me ei teadnud, et *merge*'ida saab, no et siis selles mõttes äkki lasta kõigepealt ikkagi võõral inimesel seda ettevõtet soneerida, nagu vaadata läbi ja analüüsida see ettevõtte. Vaadata, mida ta pakub. Sul on alati võimalus seda sisendit muuta.

Võib-olla niimoodi koostöös sünniks selline lahendus, mida lahendama hakata?

ORG1: Jah, et võib-olla tudengite... meil oli ka mitu lahendust ju seal. No lõpuks oli „kas see või see või see“ ja siis me jäime ise selle juurde. Minu arust oli isegi selline variant. Ja see on nagu väga hea variant, kui sul on ettevõttele ka öelda, et me nägime selliseid-selliseid kitsaskohti ja me peaksime nüüd tegema valiku, millega edasi minna, et see aine nagu ei kätke kõike, et sa ei jõua ju kogu ettevõtte kommunikatsiooni läbi analüüsida, et ma arvan, et ikka sedapidi.

Aga milliseid soovitusi annaksid sa veel ettevõttele, kes nüüd järgmisel semestril otsustab, et osaleb selles projektis. Sina kui selle korra juba läbi teinud ettevõtja.

ORG1: Isegi kui mõni asi tundub tudengite juures... no selline... kuidas ma sulle ütlen? Et mõnda asja vaata nagu läbi sõrmede, et nad on noored ja alles kõike õpivad, et neil ei peagi olema väljakujunenud selline... no meil ei olnud seda, aga no ma ütlen, et lihtsalt, et vahel kui noortega kokku puutun, et neile ei saa kõike kogu aeg ette visata ja nendega pahandada, et nad peavad kuidagi õppima ja kuskilt alustama. Võib-olla see. Ja siis tegelt ettevõtja ei pea kartma! Et sul on alati võimalus... sa oled ettevõtja ja sa võid alati öelda „stopp“, et siit edasi ei lähe või et seda valdkonda ma ei soovi, et te analüüsitate. Sest ega see info, mida nemad saavad netist kätte, see on nagunii avalik, et vahet pole. Nad saavad selle igal juhul kätte, mis sul seal on. Ja see, mida sina ise juurde annad, see on sinu otsustada, kui palju sa neil tahad ja lased. Selles mõttes jälle, et mida sügavamale sa lased, seda tõenäolisemalt sa toimiva lahenduse saad, eksju. Mida vähem sa infot neile annad, seda ebapraktilisem see tulemus tuleb, aga no ma saan ettevõtetest aru, et nad on väga erinevad, et sellist tilulilu on... meile väga meeldib nagu öelda niimoodi, et see nagu tundub hästi sihuke pehme valdkond, aga sisu on ikka nagu ettevõtte ikka, aga kartma ma arvan neid tudengeid ei pea. Keegi pahatahtlik ei ole, pigem nagu ettevõtjana ma ikka soovitaks seda, et kui on juba välja tulnud ideega ja te saate koos nagu selle välja valida, mis suund läheb, siis mõtle ise puhtalt egoistlikult, mida sa nüüd kõike nendelt kätte tahad saada. Nendel on juhendaja, nendel on seal ümberringi targad inimesed, kellele sa muidu peaksid maksma väga palju raha, et nad teeksid sulle selle kommunikatsiooniplaani, et nad sind nõustaksid. Nüüd lihtsalt on sul üks hunnik noori, kellel need targad-kallid inimesed on seal külje all. Lihtsalt kasuta ära seda! Selles mõttes muud ei olegi. Nii tulebki võtta seda, et see on sinu võimalus!

See ajakulu ei ole see faktor, mille pärast nüüd loobuda sellisest koostööst, onju?

ORG1: Seal seda ajakulu on nii vähe, lihtsalt olematu. Ma ütlen, et see on veel, et kui tahad, et see reaalselt ellu saab, kui veel see kokkulepe mingisuguse rahaliselt või mitterahaliselt või kus iganes see teostub onju, et siis see on ju veel nagu täiesti puhas kasu sinu ettevõttele, mis toodab kasumit alles tulevikus. Me nüüd oleme kõik ära teinud, vaatame, kuidas see nüüd kõik toimima hakkab. Hetkel tundub küll, et... ma ei tea, Facebook tegi mingit nalja, et hetkel postitusi, mida me oleme nüüd suure ühise selle alla pannud, ei saa kõiki kätte. Isegi kaasaarvatud meie. Seal mingi voog on justkui maha jooksnud, et seal need nagu nad meile seletasid, et need ühendused tekivad vaata. Tundub, et need ühendused on kuidagi läbi lõigatud selle *merge*'imise käigus. Meie lähituttavad, kes enne on väga aktiivselt jälginud sedasi ja laikinud ka, nad üldse ei saagi meie postitusi sealt, neil ei teki oma voogu seda, et millegipärast on seal mingi asi, ma ei tea, mis see, võib-olla on neil maha läinud jälgimine seoses sellega, et me *merge*'isime ära, et võib-olla nad enam ei jälgi seda? Et see on kuidagi selle käigus... see on tulem, me ei ole neid kontrollinud.

Ma ei ole ise ka teinud, ma ei oska nagu selles mõttes nõu anda.

ORG1: No praegu lihtsalt seda ma olen nagu näinud, aga teeme rohkem tööd, mis seal ikka!

Hea lihtne! Aga kui nüüd võtta mingi konkreetne... näiteks seesama plaan, et kuidas-mida postitada, mis regulaarsusega, siis kui palju te selle ülesande tegemise käigus kaasa rääkisite selles, selle välja töötamises?

ORG1: Selle koosviibimise käigus me selgitasime. Nad küsisid meie käest seda, milline rutiin meil on ja kuidas see võiks toimuda, ja sealt tuli nagu välja see, et (*konkreetsed tegevused*) on teisipäev-kolmapäev-neljapäev, mis tähendab, et see postitus tuleb kas kolmapäev või neljapäev, et siis meie jaoks see kindlasti ei tule teisipäeval, kindlasti ei tule teisipäeval... seda ei saa tulla. Ja reede jääb üldse nagu natukene hilja peale, et reedene postitus võiks olla sihuke üldhariv. Selles mõttes nad püüdsid nagu aimu saada meie käitumisest, millest tulenevalt need postitused teha. Neil oli seal lausa kellaajaliselt välja analüüsitud, millal on kõige suurem meie postituste *reach* või see kättesaamine. Nad ütlesidki, et näiteks pühapäeva õhtu ja esmaspäeva hommik kell 10 on meie ettevõtte puhul kõige aktiivsem kättesaamise aeg, et sellele ajale panna siis kõige väärtuslikum postitus, et mis see hetkel on, et seda kõige rohkem jälgida. Et sellised neil olid väga toredad põhjendused ka nagu leitud, põhjalikud, ikkagi nagu püüdsid aru saada meie sellest olemusest, küsida palju infot ja no see oli kõik palju ka näha, et lihtsalt võib-olla mõni asi seal oli selline, mis... no näiteks need (*tegevused*) ja (*konkreetne tegevus*) olid meil ka eraldi lehena, aga nemad soovitasid selle teha *event*'ina näiteks sinna alla, et siis kohe läks maha see leht ja et siis kui see üritus saab aktuaalseks, siis alles postitame ja siis

kui tahame teha koondi sellest üritusest, mis on aind perioodiline... nagu (*tegevus*) ja see, siis me saame teha oma blogisse näiteks koondpostituse sellest ja siis näitaks lingata selle koondpostituse oma Facebooki peavoogu, et näed, et „meie (*tegevus*) sai läbi ja saad sealt lugeda, mis me tegime“. Minu arust nad olid ikka väga nutikalt ette valmistanud selle, et nad olid ära küsinud kõik selle meie käitumise.

Kõik olulisemad nüansid, jah?

ORG1: Jah, nad olid vaadanud ka lehti. Nad olid hästi aru saanud, et millal. See oli tore, et ma ei olnud elus seda teinud ja me olime ise postitanud neid asju, täitsa suvaliselt, et tuleb tuju, siis lihtsalt postitame, ja siis, et millal me võiksime neid teha, onju, et millal see kellaaeg oli kõige parem, millal inimesed seda külastasid. See oli tore! Me oleme esmaspäevast proovinud jälgida ja esmaspäeval on tihti koosolekupäev, siis teemegi neid postitusi, uusi arendusi ja muid sihukeseid asju. Siis, kui juba teisipäev tuleb, siis tundub, et pool nädalat on juba läbi, et peaks juba toimima kõik.

Kui me pakuksime nüüd seda sügisel, et meil on uus tudengitiim, kes on valmis tegutsema teie ettevõtte kommunikatsiooni kallal, kas te võtaksite selle vastu?

ORG1: Ja-jaa, muidugi, selles mõttes, et me oleme ise mõelnud, et võib-olla oleks päris põnev sellist... kuidas seda visiooni, mitte visiooni, vaid identiteedimappi nii-öelda, et tudeng võiks muidugi ise tulla selle peale, et meil sellist asja ei ole ja et meil on suhteliselt kaootiliselt, aga et kindlasti on selliseid kommunikatsiooniosasid, mis võiks olla nagu paremini läbi mõeldud. Meile alati meeldivad sellised kaasaegsed, trendikad, uued lähenemised, aga kuna endal ei ole kogu aeg aega end kõigega kurssi viia, oleks abi, kui keegi võtaks kas sealt siis nüüd selle osa ja püüab selle visuaalselt ära lahendada või kommunikatsiooniaselt või mis iganes, onju. Kuna me võtame uue kodulehe kasutusele praegu, veel nagu pood on võtmata ja seal poes oleme täiesti uue kontseptsiooni peale läinud, mis tähendab seda, et võib-olla peaks hoopis mõtlema kogu postitused ja kogu selle reklaami, no tegelikult me üldse nende tudengitega ei vaadanud muid meie kommunikatsioonisuundi, et kuidas. Praegu võtsime ainult sotsiaalmeedia, tegime selle puhtaks ja korda. Nüüd võiks tegelikult vaadata seda uut kodulehekülge, et kas värvid on õiged, kuidas see käitumine on see, kes vastu võtab seda infot, et kas tema jaoks see värv on okei onju, ma ei mäleta sellest midagi, neid uuringuid on olnud tututuh siiaani, et tegelikult neid valdkondi on, et vabalt võiks tudengid tulla. Me kindlasti ütleks, et Facebook praegu võib kõrvale jätta, sest siis me seda kindlasti ei laseks teha.

Annaksite sellise konkreetsema asja, et on koduleht ja paluksite analüüsida, onju, ja sellest analüüsist tulenevate ülesannetega?

ORG1: Jah, et oleks mingi asi, või siis, ma arvan, et sellel ei ole nagu mõtet, et hakkaksid rapsima ja kogu meie ettevõttest aimu saama ja siis hakata midagi välja mõtlema. Nendel oli hea lihtne, et nad olid näinud seda, et meil on mingi hullus seal Facebookis, et see oli nagu hea asi hambus. Aga kui tudengid tahaks tulla, ma näeks küll, et tudengitel on korduvkülastuseks materjali ja ainekse, et kui tudengid ise suudaks selle nagu välja mõelda, sest nad tegelikult peavad olema motiveeritud seda tegema ehk nad peavad selle valdkonna ise leidma sellest ettevõttest, et võib-olla nad ei taha üldse seda kodulehekülge analüüsida, võib-olla nad tahaks... mida iganes... meie mingit kitsamat asja võtta, et no tegelikult nad peaksid selle kitsaskoha välja leidma ise, selle ettevõtte kitsaskoha ehk siis tema ongi justkui potentsiaalne... no meie kliendid on küll sihukesed, kes juba natukene vanemad peavad olema, et kas sul on lapsed või... ikkagi lapsed põhiliselt, no vanaemad, et no tavaliselt mõned siis ikkagi võtavad sõbrannadele ka, et aga no ütleme, et see tudeng on meie kliendi sellest väljas, aga ta peaks ennast panema meie kliendi olukorda ja vaatama kogu meie ettevõtet väljapoolt.

Selles ju see turunduse ja kommunikatsiooni töö seisnebki, onju.

ORG1: Jaa, just, ja me oleme nagu ise, no praegu selles mõttes kahvatab küll see, et me tegime siin... meil on juubeliaasta käimas, me kümneaastaseks saime sügisel ja siis me tegime (*ürituse*) ja tegelt me tundsi seda, et sellest (*üritusest*) oleks tegelt võinud nagu meediasse ja avalikkusele rohkem rääkida, et seal olid sellised ühiskonnas hetkel väga põletavad teemad, et (*konkreetne teema*). Ja siis olid seal erinevad inimesed, kes ettekanded tegid ja oleks sellest võind ka ühiskonnas teema tõstatada, sellest, et ühiskonnas on muidu... hästi palju räägitakse, eksju (*sel teemal*). Aga kuna meil oli nii palju selle (*ürituse*) korraldamisega tegemist, siis me ei jõudnudki selle kommunikatsiooniplaanini. Tihti me jõuame selleni nagu neli päeva enne üritust, aga siis on juba hilja. Siis on lehed juba trüki, kõik plaanid on tehtud nädalaks lehtedel juba varem, suurt teksti keegi enam ei pane. See peaks toimuma palju varem.

Et selles võiks kaasa aidata tudengid?

ORG1: Vabalt. Ükstapuha mis ettevõtte... tuleb metalliettevõtte mingisugune uus liin ja täpselt jälle, mida ta tegema hakkab, palju see keskkond, see ümbritsev kogukond kasu saab, kas on uusi töötajaid tulemas, et võib-olla võiks nagu suunata, et kellele seda kommunikatsiooni suunata, et kas on lihtsalt teavitust või on mingi eesmärgiga töötajaid saada või usaldust tekitada või mida iganes, et selles mõttes ma arvan võiks igas ettevõttes leida neid topeltkülastuse ideid. Me kindlasti võtame. Aga ehitajad ka! Veel parem oleks, kui oleks ehitavad kommunikatsiooniinimesed pakkuda.

(teemaväline)

Tasub uurida asju ikka!

ORG1: Just, et tudengitel ka, las nad tulevad ja vaatavad, et mis teha saab.

Mul on vist küsimused isegi otsas. Ma arvan, et ma sain kõik kätte, mis mulle endale oluline tundus. Kas sa tahaksid ise võib-olla midagi lisada? Mingeid mõtteid seoses koostööga kas siis tulevikuperspektiivis või tagasivaatavalt?

ORG1: No tegelt ei ole, need tudengid olid... hästi hea kogemus oli, meil ei ole sellist tudengitööd varem olnud, no, et oleks praktikumi raames käinud, ma tean, siin mõnedel on käinud. No keda me oleme mõelnud, aga vot ei ole jõudnud selleni, me tihti mõtleme, et nagu mõtlesime, et koduleht on jama ja Facebookis on jama ja, aga et sa ei jõua selle tegemiseni, on see, et käivad erinevatest koolidest siis tudengid praktikal, et võib-olla me peaksime (*ühe teise kooliga*) rääkima, et tuleksid nokitsema siia meile.

I: Aga lihtsam on vist niimoodi, et ülikool ise pakub või ise kuidagi pöördutakse?

ORG1: Just, see on palju lihtsam, sest sa ei tea, kelle poole pöörduda. Kas ma üldse pöördun õige osakonna poole? Kas neil üldse on selliseid praktikume? Siis sa tegelt pöördud võib-olla vale inimese poole, ta ei vasta sulle. Siis sa mõtled, et aa... neil ei olegi vist, ja sa oled nagu, sa ei jõua tegelikult tegeleda sellega, et läbi närida, mis on need ained. No ma ei oskagi seda nagu hinnata, mis ained neil on, kas neil on seal ettevõtted, kas nad peaksid praktikumides käima, ma ei tea seda. Ja siis sellest tulenevalt sa lihtsalt lööd käega, et ah, ju nad siis kuskil käivad. Vahel mulle tundub, et minu meelest ainukesed, kes praktikumidel käivad, on need finantsjuhid, kes käivad seal oma tõsise arenguga koostöös, ma lihtsalt näen neid hästi palju või kuulen nendest palju, jälle keegi aa, et meil on siin ettevõttes üks raamatupidaja praktikal või, neid on hästi palju vist ka. Need kursused on hästi suured. Selles mõttes, et jaa, ma ei oskagi, meil ikkagi oli väga tore. Ja just see, et me reaalselt saime, ikka esimest korda, kui nad ära käisid, siis olime mõlemad (*organisatsiooni kaasomanikuga*), et oe nii ägedad noored, et lihtsalt kogu aeg räägitakse, et noored on ülbed ja ennast täis ja tahavad palju palka ja on sihukesed... sotsiaalsed oskused on madalad ja ainult istuvad nutitelefones ja nii edasi, et no need noored olid ikka väga-väga... me tundsimme nagu, et nad on kohe meie moodi nagu elu näinud ja sihukesed eluterved ja kogenud ja head suhtlejad ja oskasid siis neid nutiasju nagu rakendada eesmärgipäraselt, et ma tean, koolis oleme seal hoolekogus rääkinud, et kuidas lastele ei saa ära keelata tänapäevast nutikasutust, aga et kuidas siis seda teha nii, et see eesmärgipärane oleks, et sa pead nagu seda oskama. Sul peavad olema teadmised, kuidas seda hästi kasutada, et mismoodi mul ettevõtte Facebooki kontost kasu on, kui ma postitan sinna kuus korra? Et sellel tegelikkuses ei ole ei jälgijaid ja see ei toimi ka siis, kui ma ühekordselt postitan, siis tal ei ole seda... nagu nad seletasid

need tudengid meile, et neil ei ole neid linke, et nad jõuaks niimoodi kaugele, et sa pead kogu aeg justkui kasvatama igapäevaste postitustega endale ümber seda kogukonda. Jagama selle info laiali. Ja üks hetk, kui sul on oluline postitus, siis see jõuab väga laiali.

Et peab ikka sihuke laiem ambitsioon, laiem eesmärk olema jah.

ORG1: Jah, et sellised asjad, mille peale me ei olnud tulnud, et võiks teha enda... nagu enda, need on need sihukused videopostitused või fotopostitused, et kuidas asjad valmivad. Et sa vaatad teistele, see tundub nii äge, aga sa üldse ei vii, et ma saan ka selliseid asju teha, eksju, et siis tuleb võõras inimene ja noor ja sihuke äge inimene ja vaatab, et miks te ei tee seda? Ja siis ütleb sulle seda. See on nagu suurim väärtus. Nad on nagu reaalselt kõige teadlikumad hetke ühiskonnast, nad teavad, mis on nagu trendid, mis on trendikas. Meie juba sihukused natuke vanemad inimesed enam ei ole nii palju selle asja sees, me tahaksime justkui hästi palju trendikaid asju kaasa võtta, aga siis sa pead väga palju maksma selle eest, et võtta kallis turundusfirma endale siia tööle, et see on võib-olla väikeste ettevõtete selline... Minu arust tudengitel võiks olla ka põnev teha pigem sellises väikeses ettevõttes, kus ei ole kommunikatsiooniga mitte midagi tehtud.

Kusjuures üks suund selle õppeaine raames ongi see, et valida ettevõtted, kus ei ole kommunikatsiooniinimest eraldi, kes konkreetset kommunikatsiooni või turunduse eest vastutaks.

ORG1: Siis sa saad vastused, mis on ära vormitud. Nii peab ja nii meil käib. Ja mis sa selle teadmisega peale hakkad? Võib-olla sihuke väike ettevõtte, kellel on väga äge tegevus võib-olla või suund, et see peab nagu tudengit kõnetama miskil moel, et sellepärast peab jääma ka tudengitel võimalus neid kohti otsida. Aga et sel võiks siis appi tulla see ülikool. Veidikene neid kõrvalt abistada selle suhtlemisega, et kas sealt areneb midagi muud välja. Aga jah, kuidas see toimuks? Seda ma ei tea. Ma ei oska nagu öelda, et mis võimalus ülikoolil on, sest neid on ju nii palju, et siis kuidas sa seda nagu haldad, et palju sa suhtled, et kui sa saadad stampkirju ettevõtetele, et need või need siis jälle ei mõju nii...

Aga kui võtta näiteks, et tudengitiim on juba välja valinud ettevõtte, mingi esialgne asi on olemas. Siis nad tulevadki selle ülikooli poolse juhendiga, kus on täpselt mis, kuidas, kes on varem teinud, mida eeldatakse ettevõtjalt, mida eeldatakse tudengilt. On olemas selline koostöö alus paberil? Konkreetset keegi ei suhtle aga selline mingi vorm või mingi...

ORG1: Võib-olla ettevõtte ei taha ka paberit, võib-olla tahaks selliseid liikuvaid pilte. Selles mõttes mina tahan nagu hästi kiirelt info kätte saada. Ma tahan näha, et sellel on... ma tahan nagu reaalselt ettevõtet näha, onju, et selles mõttes on see väga hea väljakutse, et kuidas panna see nagu mitte

tekstilisse vormi või vähese tekstiga vormi ja sellisesse, et just praegusel ajahetkel ma suudan haarata kogu sellest tulvast informatsiooni, millel on selge pilt. Et millel on valge taust või must taust ja seal on nagu vähe informatsiooni tekstina. Ma ei jõua lugeda enam, et lihtsalt neid kirju ja asju, mida iganes on nii palju, et kui tuleb veel üks dokument, kust ma pean kuskilt lõigust välja lugema, et mis töid nad on teinud. Seal peab olema kindlasti see teksti osa juures aga see võiks olla lahendatud kaasaegse tehnikaga. See, kuidas sa presenteerid seda, mida me juba teinud oleme, et ettevõtted näeksid, et nad rakendavad kaasaegset lahendust juba sellel tutvustusel...

Ja, et ei ole selline tüüpiline laks-laks... punktid ja...

ORG1: See oleks nagu eriti äge, kui ma saaksin. Mul tekiks kohe selline, et vahi! Nad on ikka nii palju edasi läinud seal... ei istu nagu... mulle öeldakse tihtipeale, kui võetakse inimene tööle, et tegelikkuses selle kooliteadmise tal ei ole mitte midagi peale hakata. On ju nii? Hästi paljud ettevõtted ütlevad seda, et ma pean ta oma käe järgi ära koolitama. Aga kui ma näeksin juba, et vaata kui palju ta mu ettevõttesse sisendit toob sellise kaasaegse lähenemisega, juba esimesest punktist, et meie ülikool suhtleb minuga sellisel tasandil, selliste vahenditega-meetoditega, siis see annab nagu hästi palju sellist usalduskrediiti. Et muidu ülikool ongi nagu selline, et kui ma ütlen „ülikool“, siis kangastub see logo, mis on nagu jäänud ülikooli ajast ja siis hästi kantseliitsed, korrektseid dokumendid. Aga mida ettevõtja tahab? Tahab innovaativisust, tahab, et oleks see sama asi mingis hoopis värskes kuues. Sambad võivad olla, see kuidas sa seda presenteerid..

Ülikool peaks seda müüma kuidagi atraktiivselt.

ORG1: Tavaliselt see kommunikatsioonijuhi amet ja kommunikatsioon on ju tavaettevõtja jaoks viimane, mida tehakse, see on justkui kulu, mis sisse otseselt ei too. See väärtus on tihtipeale tühelt seisvad dokumendid, mida keegi ei jõua läbi töötada. Kui mina oleksin ettevõtja ja mulle näidatakse, et kuidas on ühe ettevõtte sellest Facebooki kontod kokku loodud, see peab olema jälle selline, see on nagu üks töö tudengitel, et kuidas see sõnum kokku panna sellisena, et see oleks visuaalselt haaratav, on lihtne ja hästi atraktiivne, mis nagu ettevõtjale mõjub. Ausõna ma ei loeks seda teksti vist läbi, mis on nagu A4 näiteks või...

Aga kui see on A4, hästi kujundatud selline, kus on...

ORG1: Reklaamposter?

Mul on silme ees pdf. Sihuke hästi kujundatud ja seal on mingid nagu mitte isegi *bullet*’itena, aga hästi...

ORG1: Aga äkki selles mõttes, jah, sihuke dokument juurde, aga et kui sinna võimalus on ettevõtjal minna justkui nagu mingi videopostituse juurde, kus tudengid ise räägivad... kellel nagu sära silmis on. Need ettevõtted reklaamivadki seda, et meie panime Haljapere, ma ei tea, see peab olema jälle selline lahend, et... ma ei saa ette öelda seda, sest see on täpselt, et ma siis ütlen mingisuguse asja, mis jääbki nagu kummitama, et see peab tulema jälle sellelt meeskonnalt, tudengilt, kuidas tema seda nägi. Kuidas sa ütled selle töö, mis sa ära tegid, ühe-kahe lausega ja niimoodi, et see töötaks. See on oskus. Sõnumite vormimise tunde on saadud küll ja küll, päris huvitav võiks olla. Tahaks kohe näha! Videopostitused on ka nagu, et peaks ajaga nagu kaasas käima, midagi muutma... ma pigem panen endale käima selle videopostituse üles nurka ja ma näen reaalselt neid tudengeid, kes on käinud, et nad ei olegi mingid suurte prillidega...

Siin tekib see ka, et iga aasta vahetuvad need tudengid.

ORG1: Ei pea olema, sa ei pea kogu aeg midagi uut tegema! Teed ühest etapist, mis juba on toimunud, võtad kõige eredamad näited ja teed sellest klipi. Seda ei pea kogu aeg muutma. Iseenesest ju võiks olla ju igal ainel oma mingisugune koht, kus neid kogemusi lugeda ja tegelikult ettevõtjad võiksid seda kohta ka külastada ja sealt saada ideid ilma, et nendele tudengigrupp sisse tuleb, et nad saavad ka sealt seda sama asja ju. Väga paljudel ettevõtjatel on sama probleem, aga nad isegi ei tea, et neil see probleem on, aga siis nad näevad, et näe! Ühel ettevõttel on see niimoodi ära lahendatud tudengite abiga. „See on tore, ma võiks seda sama asja proovida“ – aga nad isegi ei tea, et sihukest asja on tehtud.

Kusjuures sellega seoses suhtlesin õppejõududega ka. Tegelikult leidsime sellise lahenduse, et ettevõtjad võiksid ise ka nagu mingil määral nendes loengutes osaleda, tulla auditooriumisse kohale, näiteks lõpuesitlused. Ma nüüd mõtlengi, et kuidas seda kõige paremini lahendada, et võidaksid nii ettevõtjad kui ka tudengid ise. Võibolla tudengitel on selline hea tunne esitada reaalselt suurele hulgale ettevõtjatele, et tegelikult kaheksa organisatsiooniga tehti ju koostööd.

ORG1: Selles mõttes on ka nende jaoks väärtus, kui nad ise hakkavad kunagi oma ettevõttes tööle või oma ettevõtet looma või mis iganes. Neile jääb selle kaheksa ettevõtte kogemus. Selles mõttes ühes seminaris sa õpid palju rohkem kui sellest, et sa loed neid dokumente. Sa saad reaalselt, otse, emotsiooni ja vahetut kogemust. Me (*organisatsiooni kaasomanikuga*) mõlemad tuleks, me käiks pigem igal pool.

(teemaväline jutt)

ORG1: Ma arvan, et ettevõtjatega on ka see, et neid kuidagi... ettevõtja muutub mugavaks, tal on justkui väga kiire, aga ta mingil hetkel tahab endal mõtteid korrastada. See seminar võiks olla jälle selline, kus ta saaks tulla kokku ja näha ka teiste sellel samal ajal tehtud... õppida nende kogemustest ja sellest võiks jääda maha kuskile mingi asi. Miks ei võiks... see on ju kõik avalik, selles mõttes, aga osad ettevõtjad on kinnised.

See on selline so-so, et ma arvan, et mingid ettevõtjad tõenäoliselt ei tahaks, et oleks see strateegia ja...

ORG1: Seal küsiti ka, et võib-olla on see, et mingid osad sealt, kasvõi mingi tulemus ja eesmärk, et seda analüüsi ei pea üles panema, aga, et sulle jääb see eesmärgipüstitus ja mis tulemus sai, et see nagu võiks olla, et seda analüüsi lihtsalt ei näe.

See annaks hästi palju juurde kindlasti jälle.

ORG1: Ja et näidata, võibolla see annab ka julgust, et mina siin... et mismõttes?

Siis sõna levib.

ORG1: Aga muidu ma ei tea, kuidas tudengid üldse ettevõtjaid leiavad? See on arvatavasti niimoodi, et minu vanematel on tuttavad sellises ettevõttes, et siis ma küsin sealt, sest palju noorel siis ongi neid tuttavaid? Tal ongi oma ema-isa ettevõtte, vanaema-vanaisa... võib-olla midagi sugulasi veel, sa küsidki ainult selle tutvusringkonna läbi.

Jah, et see ei jõuagi võib-olla mingite teisteni.

ORG1: See oli väga juhus, et (*rühmaliige*) nagu võttis selle ja neile sobis see ettevõtte, me oleks võib-olla ilma jäänud, me istuks ikka oma Facebooki najal.

Et oleks ikka avalik, et oleks võimalik endal ka niimoodi ülikooli poole pöörduda? Kuidagi leida mingi lahendus, et tudengid ei pöörduks ainult enda sõprade-tuttavate poole?

ORG1: Jaa, see võiks olla ülikoolide ülene! Ma tean, et seal on sellised kursused, millede raames otsitakse ettevõtjaid, aga et ma ei peaks igat ülikooli läbi kammima, et mis ained neil on, et kus see info on. Ma tahaks, et mulle tuleks see info meilile, et need ülikoolid on teinud omavahel koostööd, et neil on sellised praktikumid, kus nad tudengeid tahaksid ettevõtetesse saata. Kui sa näeksid, et sinu ettevõtte on ükstupuha milles sooviks osaleda, siis saada oma lühike.... ja siis tuleb ju sealt see, et sa võid sattuda hoopiski mingisse teise praktikumi, aga see on ikkagi põnev kogemus, et sa oled justkui ennast juba sinna sisse andnud, et nad teavad üldse, kelle poole pöörduda, aga ma pean enne saama

selle kirja, et ma üldse tean, et mis ja kus enam-vähem on. Ma võin ju kirjutada oma eelistuse, et mida ma tahan, siis ma võibolla näen mingit valdkonda, mida ma võib-olla tahaks. Aga kindlalt ma ei viitsiks uurida ise, et kellel mis on. Seal võiks ju olla mida iganes, kõigest saab teha. No ükstapuha: majandus, sotsiaal... kõik saavad tulla... kasvatusteadused, meil paljud vanemad siin käivad, 80 ema käib iga nädal. Mida iganes! Tegelikult on võimalik kõigest teha, aga selle peale ei tule isegi ei tudengid ega me ise ka. No vot sihuke värk.

Suur tänu sulle, sellest on väga palju abi! Ja et teil oli nii positiivne kogemus, seda on ülihea meel kuulda!

ORG1: Me peame vist kiitma oma tiimi veel kord, me oleme neid kiitnud ka, et nad on väga toredad.

Lisa 7: Transkriptsioon intervjuust ORG2-ga

Kuidas te selle koostööni jõudsite?

ORG2: Me jõudsime selle koostööni selle kaudu, et üks inimene, kes on käinud ka siin plaate mängimas päris palju ja on päris professionaalsel tasemel, tegi ettepaneku teha koostööd mingis vallas.

Ja see on siis meie, Tartu Ülikooli, tudeng keegi?

ORG2: Jah, meedia ja ajakirjanduse mingist...

Okei-okei, kes osales seal... kuidas ta seda teile presenteeris ja kas te otsustasite kohe, et jah, teeme, või nõudis see mingit kaalutlemist?

ORG2: Jah, et see oli üsna nagu selles mõttes hea, et see oli nagu ka vahetus suhtluses. Ma sain ise välja pakkuda. Meil oli sel hetkel nagu teemana väga üleval ja siis me leidsime ühise pinna, kust startida.

Aga mis see asi oli, mis pinnal oli?

ORG2: Pinnal tol hetkel oli, või sõelal, ütleme siis pigem, oli kaks teemat. Üks neist oli kodulehe sisu valmistamine ja teine oli ruumide väljarentimine. Põhimõtteliselt, et kuidas neid olemasolevaid ruume veelgi efektiivsemalt kasutada.

Ja jõudsite koos kahekesi arutledes lihtsalt selleni, et on kaks suunda ja jätsite neile valida, või kuidas?

ORG2: Andsime, jah, alguses neile valida, ja siis kuna see otsustusprotsess oli neil üsna nagu pikk, siis me tegime nagu selle valiku lähtuvalt praktilistest muutustest elus nagu ise ära mingi hetk. Ütlesime, et nüüd ongi sõelal ainult üks, sellepärast, et mul tuli samal ajal kaks praktikanti, kes tegid seda kodulehe asja palju kiiremini nagu.

Okei, et siis jäi kohe see ruumide rent?

ORG2: Jah, kuigi nad ise jätkasid minu arust vist veel alguses selle kodulehega nii, et viimasel hetkel tuli veel see teema veel kuidagi üles, kuigi ma kellelegi veel mainisin nagu seal, aga noh...

Aga millest see tingitud oli, et nad tegelesid sellega niimoodi edasi, kuigi tegelt poleks pidanud?

ORG2: Ma ei tea. Lihtsalt, ütleme, see teema, mis oli, oli see, et sellest seltskonnast tundus olevat üks inimene väga motiveeritud, kes võttis ühendust, kellega me rääkisime, kes nagu tajub seda sisemaailma ka mõneti, ja siis oli mingi hulk inimesi, kes seda ei taju ja ei olnud motiveeritud. Pigem nii.

Ja siis selle taha jäi see projektidega nii-öelda kooskõlastamise probleem ka?

ORG2: No pigem mulle tundus, et kuna ma ise olen ka õppinud ülikoolis, siis mulle tundus päris nagu loogiline selline ülikooli loogikast lähtuv asi, et alguses on mingi tähtaeg millekski, milleks lepitakse midagi kokku. Siis on järgmine tähtaeg, mingid ülesanded. Ja siis on kolmas tähtaeg, mis nihkub semestri lõppu, kui pärismaailm on vägagi muutunud. Ühesõnaga see reageerimisvõime on üsna nagu... selle eriala poolt vaadatuna üsna aeglane. Mingi teise eriala poolt vaadatuna oleks see reageerimisvõime võib-olla ka nagu kaks aastat, et mida iganes, aga sellise asutuse selline struktuur selle rakursi alt võib muutuda nagu kuuga ka. Et sul on põhivisioonid ja liikumissuunad nagu paigas, aga lihtsalt mingi asi võib nagu sisse tulla, et puhtalt, kui sul ei ole ressursi, siis sul on mingi praktikandid, kes kodulehe jaoks näiteks hullult materjali... siis üks tüüp, kes on lubanud teha kodulehe nagu kuskilt organisatsiooni seest, siis ta saab järsku nagu mingi kopsupõletiku, siis tal on puhkus läbi, see jääb ära, siis sul ressursi ei ole, et tellida seda mujalt sisse ja nii edasi. Ühesõnaga selline ülesanne nagu meie jaoks, lihtsalt kui me oleme väga sõltuvad mitmest asjaolust ja üsna alati surma piiril nagu, kuigi nüüd palju paremas olukorras kui kunagi varem, et ma arvan, et see ei ole enam nagu nii hull, aga ikkagi üsna kitsikuses, et siis ei ole võimalik nagu teha sellist. Ma loodan, et ma oma jutuga pikale ei lähe, ei ole võimalik teha sellist nagu koostööd just meedia poole pealt, et me teeks seda pikka arengut, sest meil ei ole ka seda lühikest väga tugevat pinnast.

Et kõik on pigem spontaanne ja jooksvalt?

ORG2: Mitte kõik, aga jah, ütleme, näiteks see sama, kui me räägime sellest samast projektist, millest teie räägite, siis see võib rakenduda näiteks septembrist. Sellest septembrist. Me ei ole reaalselt hakanud seda rakendama, sest no mingi hetk oli see teemas ja kui see töö sai valmis, siis oli juba läinud laualt, sest meil nagu sesoonselt tuleb kõige tihedam graafik, et see on nagu detsember ja jaanuar, kui me peame väga palju oma produktsiooni tegema ja siis tuleb kevad, kus me peame mingil teisel lainel tegema midagi rohkem ehk siis ette valmistama suveks. No nii palju juhuslikke asju on kultuurivaldkonnas, mis võivad vahele tulla, mis viivad selle koostööprojekti nagu kaugemasse tulevikku.

Aga mis põhjusel te otsustasite tudengitega üldse koostööd teha?

ORG2: Nema otsustasid!

No aga teile anti ju valikuvõimalus, eks ole. Mis oli see argument või mille peale te mõtlesite, kui nõustusite?

ORG2: No mina otsustasin selle koha pealt, et meil on väga palju nagu ära teha ja et on konkreetsed ülesanded, mida võiks teha. Selle pealt puhtalt.

Aga millist rolli te mängisite ise selle kogu projekti juures? Tudengid küll töötasid selle projekti kallal, aga kuivõrd palju te ise sellega kaasas olite? Mis te omalt poolt projekti vältel tegite?

ORG2: No ütleme nii, et meie panus oli marginaalne. Ma küll näiteks elus olen väga palju tunnetanud seda mingites kohtades, et oleks võinud paremini teha, näiteks seesama, kui mul käisid praktikandid mujalt. Ma oleks pidanud paremini leidma välja nende tugevused ja nõrkused. Selle projekti puhul ma tundsin küll, et see oli lihtsalt ära tegemine, et lihtsalt on antud ülesanne, teeme selle ära ja meil ei olnud seda suhtlust väga palju. Ma ei tea, kuidas ma ise oleks suutnud seda initsiatiivi nagu omalt poolt näidata, et kas ma oleks pidanud omakorda panema mingid tähtajad, mis... ma ei tea, aga jah.

Aga mis sa arvad, mille taha see jäi, et selline see kommunikatsioon oli omavahel?

ORG2: Seda on raske öelda. Ma arvan, et siin tuleb mingi kolmas osapool mängu, et puhtalt ülikooli struktuur ja see tegutsemisviis ja need... nagu ajatajumine konkreetses mõttes. Siis ülikooli, üliõpilaste aja tajumine, nende kohustused ja tunded millegi suhtes, ja meie oma nagu. Ma arvan, et me oleks ise ka seal võinud rohkem panustada, aga reaalselt ka keegi ei öelnud, et me oleme praktilised. Tundus, et meil on üks ülesanne, me teeme selle ära ja see on kõik. Aga ei olnud seda, et seesama... nagu ma ütlesin alguses, et alguses oli kaks, siis midagi muutus, siis kuidagi nagu üldse, et kuule see muutus, ja kuskilt see info ei levi, et nagu see on hästi tõmmatud nagu laiali.

Võib-olla nagu mingi mõlemapoolne selline juhuste kokkulangevus, et niimoodi läks?

ORG2: Ma arvan, et see lisaks nagu juhuste kokkulangevusele on ka puhtalt mentaliteedi küsimus. Vahet ei ole, kas tegemist on ajakirjanduse või PR-iga nagu õppes, ajakirjanduse mõttes ta on igati ja nagu ainuõigelt mõistetav, et inimene peab mõtlema nagu väga abstraktsetes kategooriates, et sa pead nagu aru saama umbes kuhu maailm liigub, mis on need abstraktsed asjad, et PR-is ma oskan kommenteerida ainult muusika ja kultuuri poolt, see peab käima nagu täiesti teistmoodi. See on eraldi haru, et üks on sotsiaalmeedia inimene, teine on nagu vana meedia inimene ja see mõtteviis peab teistmoodi käima. Ja nüüd see projekt, mis me konkreetselt koos tegime, see ei lange ühele ega teisele poole, vaid see langeb mõlemast nagu välja natuke. Et ma nagu seal tunnen, et kuidagi võib-olla see eesmärgipüstitus oli üldse vale. Äkki ma oleks pidanud andma midagi muud, et äkki ma oleks pidanud andma midagi rohkem... enda poolt uurima, et mida need inimesed nagu reaalselt tahavad teha, need noored. Kas nad üldse nagu tahavad seda teha? Seada küsimärgi alla kõikide nende soov, mitte anda nagu. Nende probleem puhtalt, et nad on noored ja lähevad igaüks mingis suunas oma elus, et see oli minu probleem, ülikooli probleem. Ma ei oska öelda, seal on lihtsalt nagu see, et mis on õppejõu eesmärk, see ei jõudnud minuni... on ka nagu võib-olla probleem, võib-olla mitte. Aga mulle tundub, et see võiks olla probleem. Ja teine probleem on siis see, et mina tõesti ei suhelnud ise nendega piisavalt nagu reaalsete potentsiaalsete töötajatega. Mulle tundub, et siis lõppkokkuvõttes jäi siis neile, et „ah teeme lihtsalt ära“. Nende probleem on see, et nad elus on liiga noored, et tajuda, et nad elavad puhtandit, et nad peaks nagu kohe kui nad teevad, olema nagu *fuck*, ma ei taha seda teha, ma tahan seda teha hoopis.

Selline suur üldine küsimus – kui jätta kõrvale fakt, et tegemist oli tudengitiimiga, siis kuidas see koostöö teie hinnangul nagu õnnestus?

ORG2: No ma ei nimetaks seda isegi väga suureks koostööks. Seal oli paar kontakti nagu, et see...

No see paar kontakti, see võib-olla... ebaõnnestunud koostöö, et mis selle ebaõnnestumise siis tingis?

ORG2: Ma arvan, et vähene huvi siis kahelt poolt. Võib-olla see baasküsimus oli meie jaoks vale kui ka nende endi jaoks vale. Meie jaoks oli vale see, et lihtsalt, et mis see suur ülesanne nii-öelda oleks ja meie poolt oli vale see, et me ei suutnud seda suurt ülesannet nimetada sellisena, mis oleks huvi pakkunud nendele inimestele. Ma ei süüdistaks seda ühepoolset, et seal ongi kolm poolt nagu sees.

On teada, et sellist koostööd tahetakse sama õppeaine raames veel edasi arendada, niimoodi, et ettevõtteid kaasatakse samamoodi, et nelja-viieliikmelised tiimid töötavad siis mingi

kommunikatsioonialase probleemi kallal. Mis võiks tulevikus olla teisiti või mis võiks olla see, mis aitaks sellel projektil õnnestuda?

ORG2: See on natuke keeruline küsimus, aga noh, kuna ta on üsna laialt nagu ette valmistatud, siis ma võtan õiguse ka üsna laialt vastata. Ma käisin hiljuti ühel, olin mentor ühel nagu (*konkreetses koolis*) erialal, kus ma tean, et on olnud probleeme sama asjaga. Ettevõtlusõpe, kus on alguses, et „tehke mingi ettevõtte ja hakake tegema“. Nüüd see aasta oli mingi üks viis, nagu üldse, et selline, et mingid rühmad pidid välja mõtlema, et mis nad hakkavad seal aines arendama, siis see läks omakorda hindamisele tudengite seas, et igas rühmas, kes alguses idee nagu välja pakkus, et üks või kaks inimest ja see idee pidi nagu saama nii-öelda viis häält. Seda hakati hindama ja see oli üsna kompleksne lahendus selle konkreetse kommunikatsiooni pealt, et ma pakuks välja ühe ketserliku mõtte. Näiteks karjutaks välja kasvõi, et meil on mingi kommunikatsioonitudengid, tahavad leida mingit probleemi, mille kallal töötada ja kuidagi võimalikult paljude organisatsioonide juurde sellega jõuda. Ja teine asi ongi siis see, et võib-olla nendel tudengitel oleks need grupid juba eelnevalt paigas huvialade baasil nagu. Ma näiteks toon tõesti selle näite, et mul on üks konkreetne töökoht, mis oleks pakkuda ühele kommunikatsioonitudengile. Mitte siin majas pelgalt, vaid ka väljaspool, ühe teise asjaga seoses. Ja ma otsin seda inimest, kellel on selles kirge ja ma tahaks näha nagu enne tema võimeid, et mul oleks vaja teada, et keegi üldse huvitub sellisest erialast. Näiteks a la teatrist, muusikast, kinost. Ideaalis ma näeks, et selle koostöövormi jooksul ma näen, millised on tema võimed eneseväljendusoskuses, nagu puhtalt keeles, siis eri registrites nagu sotsiaalmeedia ja vana meedia. Siis ma teaks, mida temaga edasi teha. Sest praegu oli mingi probleem, me käisime selle välja, kuidagi see lahendati ära, ma isegi sinna sisse ei ole jõudnud päris täpselt vaadata, ma olen vaadanud seda, mis sealt tuli, aga lihtsalt, noh, umbes okei tegeleme sellega septembrist, aga no ma elu sees ei võta kedagi tööle selle baasilt. Aga lihtsalt, et kui see oleks nagu, et kui ma tean, et need inimesed on huvitatud näiteks teatrist või mingist Stanislavskist või mingist projektist, et ma tean, et ma täpselt nagu seda teed lähme, et tal on mingi kirg selle vastu, et siis oskan nagu midagi ja tean teda tööle võtta nagu.

Kujutame nüüd ideaalolukorras ette, et ongi selline neljast tudengist koosnev tiim, kes on kirega asja juures. Just selles valdkonnas.

ORG2: Ja just selle valdkonna juures?

Just selle valdkonna juures.

ORG2: Sellepärast, et praegu seda ei olnud, ma arvan.

Võimalik, aga oletame, et oleks sihukene tiim. Milline võiks see koostöö siis välja näha?

ORG2: Kui ma tean, et nad on ühe valdkonna juures ja ühe maitse juures seal sees? Okei, siis see võiks välja näha selline, et ma räägin oma praegustest probleemidest. Kui mul on konkreetne idee, siis ma käin selle välja. Kui mul ei ole seda konkreetset ideed, siis nemad nagu omalt poolt pakuvad midagi välja. Kui nad näevad ise mingit probleemi mingis konkreetses tegevusalas, siis nad pakuvad ka selle välja. Praegusel juhul oli see, et nad pakkusid, et teeme (*organisatsioonile*) Instagrami. See on vältimatu selle asja tegemise juures, aga ma ei näinud, ma olekski võib-olla ise pidanud seda edasi arendama mingi hetk, et noh, et pakun välja, et teeme sellise töökoha, et kes on meil Snapchat ja Instagram ja Twitter ja kõik need asjad koos, eks. Aga see probleem on see, et selle Instagrami loomine iseenesest see ei ole ka mulle probleem.

Aga selle elushoidmine, onju.

ORG2: Jah, täpselt, see on probleem. Näiteks püsivate süsteemide loomine ja selle juures ka päriselt olemine. Selle juures ma teooria kohta ka ütlesin, et sa pakud selle välja, aga selle juures olemine on hoopis midagi muud nagu, et kui sa päriselt teed seda.

Okei, aga kui võtta fookusesse sellised lühiajalised konkreetsed projektid, ma saan aru, et sellise Instagrami ja selliste asjade puhul on oluline, et jääks keegi, kes teeks, et see ei ole ainult üks semester, see ongi reaalselt pikemaajaline projekt. Aga kui oleks mingi selline kommunikatsiooniprobleem, millel oleks algus, millel oleks käik ja millel oleks ka reaalne lahendus?

ORG2: Aga äkki see ei pea olema probleem üldse?

Ei, see ei pea olema probleem, ma olen ise probleemis lihtsalt kinni.

ORG2: Ma lihtsalt mõtlen, et äkki see võiks olla konkreetne projekt lihtsalt. Ma enda puhul pakun välja midagi sellist, et ma tean, et siin on näiteks tulemas, me ei ole seda *book'*inud, aga meil on tulemas mingi suur vene bänd näiteks ja põhimõtteliselt seal on väga palju turundusjõudu vaja. See võiks olla siis nagu koostöös sellega, et see üritus saab läbi, me kõik saame analüüsida neid tulemusi, aga seal ei ole reaalselt probleemi.

Seal ei pea probleemi olema, et lihtsalt kommunikatsioonialane selline...

ORG2: Ülesanne. Võib-olla küsimus, et nende puhul oli see ka, et nad otsisid nagu probleemi, et mida lahendada, aga nagu tegelikult oleks olnud vaja hoopis kommunikatsioonialast ülesannet. Meie andsime neile lõpuks probleemi, mis ei olnud nii väga kommunikatsiooniga seotud, aga kui nad oleksid öelnud, et andke meile kommunikatsioonialane ülesanne, siis ma oleks võinud anda kas sellise

mingi ühe suure projekti või öelda, et okei, meil on kaks kuud järjest nagu kümme üritust nädalas, pange täiega. Et kõikidele see sama asi.

Okei, et siis oleks tõesti teistmoodi see koostöö? Võib-olla paremini alanud?

ORG2: Kindlasti. Nad oleks lihtsalt öelnud, et „okei, meil on mingi kursusetöö teha“, et „andke meile ülesandeid, mida lahendada“, et ei ole ainult suured probleemid.

Et hoopis teine asi. Sest jah, probleemiga seostub kohe mingi selline suurem üleüldisem mingi teema.

ORG2: Absoluutselt. Ja see ongi, et lisaks kui, noh, et kui ongi mingid üritused tulemas, siis ma vaatan, et üks asi on reaalsus ja teine on võimalused. Kui võimalused loovad selle, et ma saan panustada sinna rohkem, siis ma saan rohkem inimesi võtta, kes täidavad rohkem ülesandeid. Aga ma ei näe seda probleemina.

See probleemis kinniolemine on natuke vale lähenemine, et seda ma kindlasti analüüsin, et kuidas seda ülesandepüstitust üldse teha, et... okei. Aga kujuta korraks ette, et ma olen mõne sihukese ettevõtte juht, kes kaalub, kas teha koostööd ja kuidas teha koostööd kommunikatsioonitundengitega selle sama aine raames. Mida sa mulle soovitaksid? Sina kui inimene, kes on juba läbi teinud selle korra.

ORG2: Okei, ma lihtsalt võib-olla siis sellisel juhul tõesti nagu, ma ei oska seda kommenteerida, sest ma tunnen, et ma ise olen olnud selleks liiga vähe ka. Aga ma ikkagi nagu võib-olla selles mõttes, et ma lihtsalt mõtleks välja nagu, mis on need võimalused ühel ja teisel pool piiri, et ma mingil määral teeks nagu sammu isegi sinna õppejõu poole. Mis on nagu tema eesmärk, et tema on nagu mentor ja ta tunneb, et tal on inimesed, keda ta üritab elus nagu aidata ja siis, noh, mul on mingid asjad, mida ma üritan oma elus teha.

Et siis saaks huvid võib-olla kokku viia?

ORG2: Jah, täpselt. Ma teeks ettevõtte juhina esimese sammu õppejõu poole pärast seda, kui see ettepanek tuleb, et ma päris täpselt saaks aru, mida ta tahab anda. Kui ma praegu ütlesin ka, et kui nad tulevadki mingi suurema eesmärgiga, siis selle õppejõu konkreetse aine eesmärgiks võib olla ka mingi suurem pilt nagu. Kui ma panen selle õpilase töötama Facebooki ja Instagrami ja selliste asjade peale, siis see on nagu rakenduskõrgharidus või rakenduskõrgharidus või rakenduskõrgharidus või mida iganes nagu. Nüüd nagu see ideoloogiline pool tuleb sisse ikkagi ülikoolist endast nagu, et ma võin õppejõuga suheldes küll öelda, et mul ei ole sellist või sellist asja vaja, aga ma ikkagi peaks lähtuma

tema nagu mõtetest, sest ta on pühendanud oma elu õpetamisele, ainekava väljatöötamisele ja nii edasi. Järgmine kord ma läheks õppejõu juurde ja küsiks, mis on selle asja *point*, miks me seda teeme.

Okei, no ütleme, et minu bakatöö põhieesmärk või selline ideaalne tulemus on see, et ma viin kõigi osapoolte soovid kokku omavahel ja ma töötangi välja sellise koostööskeemi või sellise juhendi, kus on olemas ootused ettevõtte kontaktisikule, ootused tudengile, võimalused... mingi raamistik, millega peale tulla. Ei ole nagu selline, et on vaja kommunikatsioonialast probleemi, vaid konkreetselt, et on vaja kommunikatsioonialast ülesannet, ja mis need eeldused on, mis need ülikooli ootused on, mis need võimalused on, mida ülikool pakkuda suudab. Kuidas sulle selline asi tundub?

ORG2: Ma arvan, et see on väga hea idee. Selles mõttes ma praegu oskaks täienduseks öelda ainult mingeid peenmehaanilisi lahendusi. Ma ei suuda võib-olla seda keskteed leida, ma rääkisin praegu võib-olla ümmarguselt, aga peenmehaaniliselt, detailselt, kuidas see võiks käia, on see, et õppejõud annab oma sõnumi õpilastele, nad ütlevad, et ülesanne on selline, nad valivad oma lemmikorganisatsiooni ja leian oma rühma sees kriitilise arvu inimesi, kes tahab selle organisatsiooni poole pöörduda. Neil on algne idee, mis nad välja pakuvad, ettevõtja võtab idee, võib öelda, et „okei, see sobib“ või ei sobi ja lõpuks läheb ta ja pakub oma ülesande välja õppejõule. Mitte, et see läheb filtrina läbi tudengite uuesti õppejõule, aga et see ettevõtja läheb õppejõu juurde ja ütleb, et selle tulemusena, mis teie olete andnud neil ülesandeks ja mis nemad on tulnud minu juurde jutuga, et kas sobib, kui selleks ülesandeks on see? Et tekiks side nagu ettevõtjaga ja nagu õppejõuga.

Et see on oluline selle juures?

ORG2: Jah, sest praegu ma isegi ei tea, kes see tüüp oli, kes andis, et võib-olla oli (*üks konkreetne õppejõud*) onju, et siis võib-olla polegi kunagi millestki rääkida, et...

Suurem kontakt ülikooli õppejõudude ja inimestega ka, onju.

ORG2: Sest see (*teise kooli*) näide oli selles mastaabis jälle nagu väga hea, et käisin seal nagu... võeti haltuurana sisse mingit tööd tegema ja ma nägin neid, kes neid muidu juhendavad, me rääkisime mingitest asjadest, nad ei taju nagu. Praegu käib jutt (*selle organisatsiooni*) välisest teemast, mis on sellega nagu natukene seotud, aga lihtsalt nad ei taju seda valdkonda nii spetsiifiliselt. Vahepeal mingid kommentaarid, mis tulevad teistelt. No konkreetselt muusika poole pealt on meil praegu üks muusikaprojekt, seal on üks inimene, kellel oli idee, ta läks kultuuriministeeriumist rääkima mingi loomemajandusettevõtjaga, kes ei adu mitte muffigi, ja siis tegelikult mina ise telliksin seda teenust, aga tema ütles, et ära telli seda, et see mõte on nagu selles, et ma sain nagu anda sellele juhendajale,

kes ei saa nagu paratamatult olla kursis kõikide maailma nagu väikeste detailidega, vaid ta on avatud nagu mingis aspektis, sain teha selgeks, et „jah, sa oled nagu näidanud kõik õiged suunad kätte, et ära tee välja sellest tüübist selles kultuuriministeeriumis“, kes ei adu lihtsalt matsu, eks, et mina oleks esimene nagu tellija. See mõte ongi see, et õppejõud ei saa keskenduda kõikidele asjadele maailmas ja kõik inimesed, et kohe kui see lüli tekiks, oleks kõik need peenmehaanika asjad ka nagu natuke rohkem selgemad, näeks need ootused läbi ja siis oleks juba puhver või see lüli kahe poolt olemas nagu. Ma patran liiga palju, aga kui meil on 4 inimest rühmas, no tudengeid on võib-olla 26 on reaalne või? Ühel kursusel?

Ühes aines... oi, meil on ikka 60, ikka suur.

ORG2: No ütleme 60 onju, siis see teeb kokku 12 rühma onju.

Umbes midagi sellist jah.

ORG2: Ma arvan, et õppejõu poolelt see 12 rühma... kui nad suudavad leppida väga hästi kokku printsiibid ja ta näeb need 12 inimest läbi ja paneb paika need printsiibid, siis ta paneb alguses oma aega sinna, et nende inimestega rääkida, aga ta võidab pärast selle, et ta näeb, kelle, et kui ta annab selle õiguse, et need ettevõtjad peavad ise hindama, siis ta võtab selle koorma endalt ära. Ta annab oma tööajast rohkem ära selleks, et suhelda ettevõtjatega, aga kui ta näeb, okei, see tüüp on asjalik, see on lontrus, et siis ta teab, keda ta kui palju usaldab ja seal saab tekkida mingi ühislüli.

See on väga hea tähelepanek. Aga kui nüüd sügisel alustab uuesti see sama õppeaine onju, mis sa arvad, kas (*organisatsioon*) lööks selles kaasa, võtaks kommunikatsioonitudengid enda tiiva alla ja annaks mingi ülesande närida?

ORG2: Ee, raske kommenteerida. Mitte nagu sellepärast, et... ühesõnaga, jälle näiteks. Meie organisatsioonis ma võtan selle inimese praegu, kellest ma tunnen puudust onju, et ma ei tea, kas see oleks (*see organisatsioon*), et printsiibis jah, aga võib-olla me täidame selle lahtri juba ära inimesega, kes oleks võinud tegelt sealt tulla.

IOkei, aga no oletame praegusel hetkel, võtame niimoodi, et see aine algab ülehommest. Mis siis oleks, kuidas sa suhtuksid sellesse?

ORG2: Siis ma testiksin kindlasti. Ma võtaks nagu need inimesed juba prototüübiks, et kas see süsteem, mis ma olen oma peas välja mõelnud, toimiks, et ma olen ise nagu väga ülikooli usku ja ma arvan, et ülikool kõikides oma veidrustes on ühiskonna alustala. Lihtsalt ma ei, noh, eks ülikoolis on ka igasugu inimesi. Mitte tudengite mõttes, aga õppejõudude mõttes nagu suuresti. Ma arvan, et ja igas

mõttes, et organisatsioonide mõttes, et võib-olla ma olen ise kõige suurem lontrus ringist, kes olid juhendajad või mis iganes see pidi olema. Ma ei näinud ka seda õppejõudu, ma ei näinudki, mis see pidi olema. Aga ma võtaks kindlasti, jah. Ja ma nagu käituks teistmoodi ja kui vähegi oleks avatud, siis ma küsiks selle küsimuse ise, tänu sinu juhendamisele või nendele, sellele ämmaemanda strateegiale. Ma nüüd sünnitasin selle asja, et ma läheks nagu õppejõu juurde ja otsiks ta üles ja räägiks temaga, et mis me võiks teha ja mis on nende tudengite... et see võiks olla enam personaalsem nagu. Ma usun objektiivsesse õpetamisse, aga mingid kohad on, kus on vaja aina enam koomale tõmmata seda.

Kas sul praegu nagu tuleks kohe mingi kommunikatsioonialane ülesanne, väljakutse, niimoodi pähe, mida sa tegelikult tahaksid anda, et kui sul on tõesti nagu motiveeritud tudengid, motiveeritud just sinu projektiga tegelema, siis mis asjad need võiksid olla, mis ülesanded sinu peas tekivad, et mida võiks üks kommunikatsioonitudeng või kommunikatsioonitudengite tiim teha?

ORG2: Kui spetsiifiliseks ma pean minema? Kui suure üldistusastme sa ise pärast lood?

Mida kitsamalt, seda lihtsam on mul muidugi mõista.

ORG2: Tõsiselt? (*Organisatsiooni*) mõistes mul olekski täpselt see, et me teeme praegu koostööd nagu... see inimene, kellest ma rääkisin, meil oli mõte võib-olla võtta (*valdkonna*) peale üks inimene, kes kommunikeeriks kõiki üritusi mingil määral sotsiaalmeedias. See on täiskohaga töö nagu. Et lihtsalt oleks kursis kõikide nende kanalitega ja oskaks oma nagu mõtteid avaldada, seal see eeldab tegelikult väga suurt usaldust ja usalduse aluseks on väga suur keeleoskus ka. Nüansid keeles, mingid väiksed diferentsid. Eriti nii väikse mahu puhul. Väga suur kultuurihuvi absoluutselt ja põhimõtteliselt on üks pool, ja teine pool on see, mida me oleme ise arutanud (*konkreetsete inimestega*), mida me oleme linnas läbi lükata, et me soovime seda vana poolt, seda ajakirjanikku, et tekiks (*konkreetne leht*) nii-öelda. Et oleks nagu mingi tüüp, kes oleks huvitunud, oleks nagu mingi renessansiinimene Tartus, et oleks huvitatud väga erinevatest asjadest, käiks erinevaid asju vaatamas, kajastaks seda siis kas blogiformaadis või kirjutaks kohtadele, mis talt ise tellivad artikleid. Siis mul on nagu endal see, et mult on tellitud (*konkreetsest väljaandest*), aga ma ei jõua kirjutada, sorri, idee, (*konkreetsest asjast*) võiks muusikasse kirjutada, tuleks raha, me saaks palgafondide alla panna pluss ise juurde, ei ole. Meil on kaht erinevat inimest juba eos nagu nende majade vahel vaja. Üks sotsiaalmeediainimene, konkreetsete meediumitega väga kursis, aga mõistusest väga terav ja lühikeste sõnumitega. Ja pikkade sõnumitega inimest, kes suudaks koondada või suudaks teha pikemaid artikleid. Ma enda puhul veel lisaks sellele väljaspool (*konkreetset organisatsiooni*), noh, kuna olen tegelenud, manageerin ka bände. Mul oleks vaja sellist inimest, kes kuulaks läbi kõik, uuriks läbi kõikide raadiojaamade,

blogide... mul on endal tehtud statistika, andmebaas arvutis riikide põhjal, ajakirjanikud, need muusikaajakirjanikud, blogid, raadiojaamad. Mul oleks vaja inimest, kes kuulaks kõik läbi, vaataks, mis-kuhu sobib ja mõtleks, kui teda ennast puudutab see artist või need ajakirjanikud, et siis mõtleks sõnumis läbi alati nagu enda poole, et mind puudutab see, see puudutab teda ja teda, mis meid puudutab ühiselt, et ka nagu vana meedia inimene, aga metsikult töökas inimene, kes suudab ka seda kogu aeg nagu ja kes on metsik huviline oma valdkonnas. Ma tunnen, et seda kommunikatsiooni, muusika poole pealt pean lihtsalt seda kommenteerima, et need summad on nagu suhteliselt väikesed praegu siin, aga üldiselt on see, et kindlasti aina tõusvas joones panustatakse ka sellele PR-i poolele siin. Et esiteks ei ole siin tööstus välja arenenud, see areneb praegu, sinna tuleb rohkem ressursi, kui inimesed armastavad seda asja ja oskavad seda teha, et põhimõtteliselt on veel. Plaadifirmas vanasti käis kogu muusikatööstus nii, et sul oli palju raha mingites organisatsioonides ja see, et inimene saaks üldse oma toote valmis, siis ta pidi astuma sisse, väga valiv turvamees oli uksele, et ei sa ei saa, tule sisse. Nüüd ei ole mingit turvameest. Ja see, et teha ennast nüüd ühes klubist, selleks, et leida 600 inimese seast enda sõber ülesse, selleks on mingit kommunikatsiooni, ükskõik, kas see on silmside või mida iganes. See tähendab seda kommunikatsiooniinimest. Aina tähtsamaks on muutunud. Turundusse pannakse... plaadifirmade tulud on praegu vähenenud, me oleme praegu kuskil üheksakümnekolmanda aasta juures nagu selle ressursi mõttes nagu, aga panustatakse võrreldes varasemaga rohkem nagu turundusse. Seal oleks mul lihtsalt vaja üht väga head strateegiatüüpi, aga see strateegiatüüp ei tohi olla nagu see, et ma teen selle strateegia ja ma ise ei tee, et see on nagu see, et ma teen selle strateegia ja ma teen selle ära ka nagu. See jah, need on need ülesanded. Neid on väga erikoelisi nagu.

Aga tegelt on materjali, mille kallal töötada onju?

ORG2: Absoluutselt. Kõik alates sellest organisatsioonist kuni mujale, kui need inimesed on nagu olemas, nad suudavad sõnastada oma huvid ja kui ma näen, et see on see inimene, kellega ma tahan tööd teha nagu koos, siis ma arvan, et me oleme kõik lõpuks võitjad, aga kui ma ei näe seda, siis see nagu mul on probleem, teeme midagi.

Aga üldiselt sa näeksid sellist koostöövormi ka, et on mitte probleem, vaid ongi ülesanne, võtavadki selle ürituse, võtavad ühe üritustesarja ja töötavad selle kallal näiteks paar kuud tiimina?

ORG2: Jah.

Et ükskõik, kuidas nad seda omavahel jaotavad, et võtavad kätte ja teevad, kui toimib, siis see on sinu jaoks okei?

ORG2: Selle puhul võin ma ühe näite veel tuua sisse. Väga detailse, aga näiteks ütleme, et mõni bänd annaks välja oma singli koos videoga. See vahe tõenäoliselt nende kahe peale jääb kolm nädalat ja see ettevalmistus võib tegelt mingi aasta ka olla. Aga ütleme, et nagu see kõige tihedam aeg jääbki kaks kuud. Alates sellest, kuhu gruppidesse ta Facebookis läheb kuni selleni, mis sõnumit sa kommunikeerid nagu nendesse vana meedia kanalitesse, sest need toetavad üksteist nagu. Ja seal ma näeks kohe 4 inimest, kelle ma paneks kohe tööle ja ma arvan, et me kõik võidaks väga palju. Aga see jääb sellest majast väljapoole. Siin majas oleks ürituse põhjal, siis oleks siuke optimaalne oleks kaks inimest pigem. Aga jah, see rühmade suurus on väga oluline.

Selle rühmade suurusega ülikooli kontekst seab teatavad piirangud, et ei saa lõputult neid ettevõtteid kaasata ühe aine raames ja siis tekivadki sellised 4-5 ja lausa 6-liikmelised rühmad vahepeal, et see on selline asi, millega ei saa väga vabalt mängida, et muidu jääks ühte rühma 8 inimest ja teise kaks.

ORG2: Sellisel juhul ma arvan, et saaks ikka tegelikult, siis oleks võimalus nagu kas siin majas, et meil on 10 üritust nädalas, et siis saab ju valida. Me oleks võinud tegelt, kui praegu sõnastada nii, et ma pean neid kaks kuud kasutama, mitte nagu meil on probleem, mida nad peavad lahendama, aga et kaks kuud kasutada näiteks töö juures, siis ma oleks võinud öelda, et okei, ma teen ühe nädala ise seda, järgmine nädal teeb. No teid on neli kokku, kaks inimest teeb sellest, järgmine nädal teeb üks sots ja teine tavameedia, ülejärgmine nädal olen üksi ja nädal pärast seda on teine pool, et see kuidagi.

Et kuidagi nagu selline plaan paika panna?

ORG2: Jah, täpselt. Plaan, mis on kooskõlastatud õppejõuga jälle võib-olla, et ma saaks aru, sest tudengite eesmärk, olenevalt tudengitest endist... mõned on väga motiveeritud tudengid, teised on lihtsalt sellised, kes tahavad paberit saada. Nende eesmärgid on väga erinevad kohtades ja nende eesmärk võib ka olla see, et öelda võimalikult vähe, et nad peavad võimalikult vähe tegema, ja nende ülimotiveeritud inimeste oma võib olla see, et nad tahavad nagu õppida võimalikult palju ja selleks, et kui ma saaks kohtuda selle juhendajaga, siis ma saaks aru, mis see eesmärk on, et kas... mis vallas täpselt, äkki see sotsimeedia on selline, et seda ei tohiks olla seal, et konkreetse aine eesmärk on hoopis selline või vastupidi.

Aga kas sa arvad, et sa oleksid avatud sellistele täiesti teistele väljunditele ka, et kui näiteks õppejõud ütleb, et oo see sotsiaalmeedia ei ole meie teema ikka praegu üldse, et leidke midagi muud. Kuidas sa sellesse suhtusid?

ORG2: Ma ei oska öelda nagu.

Sõltub olukorrast vist, eks.

ORG2: Ma olen ise keeleteadust õppinud eks, et siis ma kujutan ette, et ma ei tea, mõtlen mingi hea näite välja praegu. Tee nagu mingile suurele korpusele analüüs, 18. sajandi mingi kirjakeel ja siis on mingi suuline kõnekeel, et ma ei lähe rääkima selles suulises kõnekeeles, et tegeleks selle korpusega, mis tegeleb 18. sajandiga ja vastupidi. Iga asi tegeleb oma erialaga ja arusaadavalt, sest õppejõud ei ole nagu imeinimene. Tal on ka nagu oma uneaeg ja nii edasi, et ta teab mingist valdkonnast ja oskab seal suunata nagu edasi. Ja kui ma oskaks kujundada enda vaadet seal sees ja võib-olla diskuteerida selle õppejõuga, et kas see on ikkagi hea mõte jätta sotsimeedia välja, et minu perspektiivist on see praegu just see, mida kõik otsivad. Ränk, sõbra postitus (*konkreetselt firmast*), nemad otsivad seda, mina otsin seda, just, ja ma näen, et ma olen ise liiga vana, ma näen, et kõige säravam äriprojekt sünnib kuskil Viljandis mingi 16-aastaselt poisilt, kes teab seda, misasi see Snapchat on. Ma rääkisin eile ühe semiootikuga, me kumbki ei saanud eile aru, misasi see on, et mingi pilt läheb üles ja kaob, et milleks seda vaja on? Ja sinu jaoks on see ka praegu naljakas, et noh, päriselt, et see aeg liigub aina kiiremini, et me peame leidma nagu mingi ühispinna ja võib-olla õppejõudude jaoks on üldse, et nad ei adu, et see on minu ja mingite inimeste vajadus. Ja võib-olla ka mingid teatrisutused ei adu seda, aga võib-olla nad aduvad seda aasta pärast, võib-olla ei tahagi nad seda, võib-olla neil ei ole seda.

No selles mõttes, et kommunikatsiooniõpe liigub pigem ikkagi selles suunas, et selle uue meedia ja selle kõigega ikkagi kaasas käia, hoida ennast ka nende trendidega kursis. Et no kasvõi näiteks see näide, et praegu käib külalisesinejaid näiteks rääkimas sellest, kuidas kaasata blogisid turundusse, et tegelikult ülikool ikkagi püüab käia kaasas.

ORG2: Ja see ongi äge! Ja teistpidi ikkagi see, ma ei pea ennast nagu elusees laiema haardega inimeseks, aga kindlasti jälle selles peenmehaanikas, mis oleks huvitavat, kui see ei ole ju võimatu ja võib-olla oleks see nagu põnev, kui kommunikatsioonis oleks kultuur, see asi ja see asi, võib-olla ei ole see hea mõte ja võib-olla on, aga kui sa mainisid blogisid, siis rääkisin ühe UK ühe suurima nagu ajakirja ajakirjanikuga, kes samal ajal on PRi teinud nagu, et hoopis mingi teine süsteem ja ta ütles, et need blogid ei ole nagu, et seal ei ole mitte midagi nagu. Seal on *playlist*'id ja see on ka omamoodi kommunikatsioon, et kuhu su singel jõuab ja... mul oleks lihtsalt nii äge õppida mingi kommunikatsioonitudengiga seda, mis strateegia toimib, sest lihtsalt endal on ikka mingi väljakujunenud süsteem, mida saaks koos nagu, noh, kaks kuud ja selle vältel jõuad sa teha nagu mingi retsi hüppe mingis alas, okei, mitte retsi, aga suudad panustada mingi ala arengusse, et see ei kõla nagu reaalselt.

Aga see on üks väike mingi nüanss, esimene samm õiges suunas.

ORG2: Mingites valdkondades see on jumala reaalne. Muusikas, täiesti võimalik, sest seal praegu on põhimõtteliselt niimoodi, et sa õpetad kedagi lugema ja sa oled ise lugenud mingi 10 000 raamatut läbi ja sa õpetad kellelegi esimesi ridu ja seal kõrval on keegi, kes on õppinud mingist teisest registrist õppinud lugema teisi ridu ja siis see hakkab...

Tulemus on nagu võimas, onju.

ORG2: Kiirem ja vähemalt on tulemus!

Mhmmh, et ei jää soiku kuskile. Ma arvan, et mul on kõik sihukesed kriitilised küsimused seoses selle koostööga kaetud. Kas sul on endal tekkinud mingi mõte, mida sa sooviksid lisada just selle ülikooli ja ettevõtte koostöö osas kommunikatsioonis?

ORG2: Ma arvan, et ei ole. Saigi kõik räägitud, et lihtsalt see sama nagu suhtlus ja koos arenemine, et ma mainin ühe näite veel. Ma olen näinud mingit ettevõtlusõppejõudu, kes tagub, sealsamas jah, kes tagub mingit asja ja ma näen, et ta ei adu seda valdkonda. Ja sulle keegi räägib mingitest... valdkonnaspetsiifilised asjad ei ole seksikad, et sa hakkaks sellesse süvenema onju. Ma kuulasin näiteks mingit eile mingit Vikerraadios mingi oli, mingit järellindistust mingist saatest, kus öeldi, et nii tore on kirjandust levitada nii, et viskad lendlehti, et kuskil loeti, nii äge, et vot äkki peaks hoopis niimoodi kirjandust levitama, aga samal ajal ma nägin mingit, ise tegin seda (*konkreetses bändi*) projekti, üks bänd.

Olen kuulnud täitsa!

ORG2: Lihtsalt ma nägin, et nokakates tüübid laulsidki lõpuks Betti Alverit, võib-olla see lahendus oli hoopis seal, et kommunikatsioon omavahel toimiks, et need valdkonnas asjad ei ole tihtipeale nii seksikad, et nad paistaks silma väga abstraktsele inimesele, et siis see kommunikatsioon nende ettevõtjate ja juhendajate vahel peaks nagu olema tugevam.

Aga aitäh sulle!

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Kaisa Pärna**

(sünnikuupäev: **16.04.1995**)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

„Ülikooliväliste organisatsioonide kaasamine kommunikatsiooniõppesse kogemuspõhise õppe kontekstis“,

mille juhendaja on **Tiiu Taur, MA**

- 1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 1. mail, 2017.